



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,  
RUBRO HOSTALES, CIUDAD DE SANTA, 2016.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA**

Br. Angélica María Cabanillas Ramos

**ASESOR**

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2018**

## **JURADO EVALUADOR**

Dr. José German Salinas Gamboa

**Presidente**

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez

**Miembro**

Mgr. Yuly Yolanda Morillo Campos

**Miembro**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores y principios que me inculcaron en el transcurso de mi vida y por promover el desarrollo y la unión familiar.

A mis hijos, porque son lo más importante en mi vida y por apoyarme a seguir adelante en mi carrera.

## DEDICATORIA

**A:**

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mis padres por creer en mí y por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo y su gran amor.

Mis hijos por permitirme ser parte de sus vida y por su gran amor.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo, determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las Mypes del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016. La metodología utilizada fue No Experimental-Transversal-Descriptivo, y de una población muestral de 06 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los representantes tiene edad entre 30 a 50 años, el 66.67% son de género femenino, el 50% poseen un grado de instrucción superior no universitaria, el 100% son dueños, el 50% tienen de 4 a 6 años en el cargo y de permanencia en el rubro, el 100% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 66.67% son personas no familiares, el 100% se creó para generar rentabilidad y conoce el término de gestión de calidad, el 50% tienen un aprendizaje lento y mide el rendimiento del personal a través de la evaluación, el 100% contribuye con el mejoramiento del negocio y ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas, el 100% conoce el término atención al cliente y brinda la gestión de calidad en el servicio a sus clientes, el 100% es fundamental la atención al cliente para que este regrese al establecimiento, el 67% la atención que se les brinda a sus clientes es buena y brinda una buena atención al cliente, el 50% tiene horarios de atención que se adaptan fácilmente al cliente, el 100% siempre dan solución a los clientes, el 50% casi siempre la atención del cliente permite el posicionamiento de la empresa en el mercado. **Concluyendo:** La mayoría de los representantes de las Mypes, tienen edad entre 30 a 50 años, de sexo femenino, grado de instrucción superior no universitaria, conoce el término de gestión de calidad que contribuye con el mejoramiento del negocio y alcanzan los objetivos y metas trazadas, la totalidad de los representantes son dueños, tienen de 4 a 6 años en el cargo y rubro.

**Palabras clave:** Gestión de calidad, Rentabilidad y Atención al cliente.

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the main characteristics of Quality Management in customer service in the Mypes of the service sector - Rubro Hostels, Ciudad de Santa, 2016. The methodology used was Non-Experimental-Transversal-Descriptive, and a sample population of 06 Mypes, to whom a questionnaire of 23 questions was applied, through the technique of the survey obtaining the following results: 50% of the representatives are between 30 and 50 years old, 66.67% are from female gender, 50% have a non-university higher education degree, 100% are owners, 50% have 4 to 6 years in the position and stay in the category, 100% have 1 to 5 workers, 66.67% are non-family members, 100% were created to generate profitability and know the term of quality management, 50% have a slow learning and measures the performance of the staff through the evaluation, 100% contributed e with the improvement of the business and help reach the objectives and goals set, 100% knows the term customer service and provides quality management in the service to its customers, 100% customer service is essential for this to return to the establishment, 67% the attention given to their customers is good and provides good customer service, 50% have service hours that are easily adapted to the customer, 100% always provide solutions to customers, the 50% almost always the client's attention allows the positioning of the company in the market. Concluding: Most of the Mypes representatives are between 30 and 50 years old, female, non-university higher education degree, all the representatives are owners, they have 4 to 6 years in the position and heading, Most Mypes know the term quality management that contributes to the improvement of the business and reach the objectives and goals set.

**Keywords:** Quality management, profitability and Customer Support.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
3. Hoja de agradecimiento.....	iii
4. Resumen.....	v
5. Contenido.....	vii
6. Índice de tablas y figuras.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Bases teóricas.....	12
2.3. Marco Conceptual.....	25
III. HIPÓTESIS.....	28
IV. Metodología.....	29
4.1. Diseño de la investigación.....	29
4.2. Población y Muestra.....	29
4.3. Definición y operacionalización de la variable.....	30
4.4. Técnicas e instrumentos.....	32
4.5. Plan de análisis.....	33
4.6. Matriz de consistencia.....	33
4.7. Principios éticos.....	34
V. RESULTADOS.....	33
5.1. Datos generales.....	33
5.2. Análisis de resultados.....	38
VI. CONCLUSIONES.....	46
6.1. Conclusiones.....	46
6.2. Recomendaciones.....	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
ANEXOS.....	50

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

<b>Tabla 1:</b> Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016.....	35
<b>Tabla 2:</b> Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016.....	36
<b>Tabla 3:</b> Características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016.....	37
<b>Figuras (Anexos)</b>	
<b>Figura 1:</b> Edad del representante.....	60
<b>Figura 2:</b> Género del representante.....	60
<b>Figura 3:</b> Grado de instrucción de los representantes.....	61
<b>Figura 4:</b> Cargo que desempeña en la empresa.....	61
<b>Figura 5:</b> Tiempo que desempeña en el cargo.....	61
<b>Figura 6:</b> Tiempo de permanencia en la empresa.....	62
<b>Figura 7:</b> N° de trabajadores en la empresa.....	62
<b>Figura 8:</b> Personas que trabajan en la empresa.....	62
<b>Figura 9:</b> Objetivo principal de la empresa.....	62
<b>Figura 10:</b> Conocimiento de Gestión de Calidad.....	63
<b>Figura 11:</b> Técnicas modernas de Gestión de Calidad conoce.....	63
<b>Figura 12:</b> Implementación de Gestión de Calidad.....	64
<b>Figura 13:</b> Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....	64
<b>Figura 14:</b> La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	65
<b>Figura 15:</b> La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas.....	65
<b>Figura 16:</b> Conocimiento de término atención al cliente.....	66
<b>Figura 17:</b> Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.....	66
<b>Figura 18:</b> La atención al cliente es fundamental.....	67
<b>Figura 19:</b> La atención que brinda a los clientes.....	67
<b>Figura 20:</b> Considera usted que se está dando una mala atención al cliente.....	68
<b>Figura 21:</b> Técnicas modernas de atención al cliente aplica.....	68
<b>Figura 22:</b> Es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes.....	69
<b>Figura 23:</b> La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.....	69



## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las Mypes representan un papel muy importante en la economía, pues las pequeñas empresas son consideradas como la fuerza impulsadora del crecimiento económico, la generación del empleo y la reducción de la pobreza. En términos económicos, cuando un empresario de la micro y pequeña empresa crece, genera más empleo porque demanda mayor mano de obra.

Las Micro y pequeñas empresas lo que más preocupa es la manera de cómo gestionar un negocio, no conocen las herramientas y estrategias para poder implementarlas, y esto se ve claramente en el rubro de los Hostales de la ciudad de Santa. En este estudio toma relevancia el brindar un buen servicio y sobre todo que este se ofrezca con la mayor atención que se merece el cliente por parte de cada una de las personas que laboran en la industria hotelera, es importante señalar que entre más variedad de servicios tenga mejor será la satisfacción hacia el cliente. La mala gestión de calidad genera en algunos hostales el cierre temporal o total del negocio.

El saber responder a las inquietudes y necesidades de los clientes tanto internos como externos, dará el criterio para mejorar las apreciaciones del servicio que se generan al permanecer dentro del establecimiento de hospedaje, creando así un sentido de relación entre los clientes y los prestadores del servicio. Que a la distancia traerá mayores beneficios para ambas partes. En la cual se logrará mejorar las percepciones de los clientes que optarán por permanecer fieles al establecimiento, y así los empleados podrán mejorar sus capacidades de gestión, servicio y atención del cliente. En si adaptarse a los cambios que continuamente se dan, es muy dificultoso para aquellas empresas que no están debidamente preparadas, Aun cuando tenemos otro factor que afecta el desarrollo de estas micro empresas que es la calidad pues es un requisito imprescindible para competir con otras. Una buena gestión de calidad que debe realizar estas Mypes, es que deben implementar capacidades, métodos y recursos para lograr la satisfacción de los clientes.

Las Micro y Pequeñas empresas son muy importante porque representan el 95.9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje que se incrementa hasta el 97.9% si se suman las pequeñas empresas. Las Micro y Pequeñas empresas brinda empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA), y contribuyen cerca de 45% del PBI, a pesar de su importancia estas tienen limitaciones que les impiden crecer más en el mercado, entre ellos la ausencia de una buena Gestión de Calidad en la atención al cliente. Este problema es a nivel nacional e internacional. (Ministerio de Trabajo, 2013)

En Europa como es el caso de España una de cada tres Mypes cierra cada año por problemas de liquidez procedente de la mala gestión de cobranzas, y de hecho en los últimos años más de 60,000 de este tipo de compañías han cerrado a causa del retraso de pagos, destruyendo con ello 600.000 puesto de trabajo. (Legal, 2014)

En todos los países americanos, se encuentra en un obligado crecimiento, con serias necesidades debido a los cambios veloces y en todo sentido que se están suscitando (Arroyo, 2008). Es vista con gran atención, debido a su posibilidad para adaptarse a las complejas realidades locales, regionales y las diversas alternativas de emprendimiento existentes.

En el caso de México, el 50% las micro y pequeñas empresas, quiebran durante el primer año de actividad a causa de una mala gestión. Asimismo, el 90% fracasan antes de llegar a los cinco años de vida por la misma causa. Las causas más frecuentes del fracaso de las empresas mexicanas se deben a problemas que la misma tiene para poder vender sus productos o servicios, inconvenientes para producir y operar, negligencia en los controles, falta de una planificación adecuada, y sobre todo la mala gestión. (Marker, 2015)

Pero de acuerdo a lo mencionado también tenemos otros problemas como en Argentina, el 80% de las MYPEs fracasan a los dos años por no ser rentables, ya que el problema se observa en la falta de emprendimiento y profesionalismo, lo que implica un enfoque más serio de la empresa para lograr la calidad de sus productos y servicios que ofrece, incluso la estandarización en sus operaciones, mejorar la gestión del recurso humano, tener mayor control de los insumos y proveedores, la planificación de sus objetivos, el análisis de sus resultados y finalmente una revisión del liderazgo en los dueños. (Biztorming, 2015),

Así mismo en Chile, las micro y pequeñas empresas tienen problema de gestión, siendo el error más común el cálculo y previsión de las ventas ya que se abusa de la información histórica para determinar la cifra de ventas (y no en la fijación de unos objetivos que se han de cumplir para el ejercicio) o bien no se calcula la misa con suficientes detalles geográficos, por producto, clientes, etc. Otra causa de errores en la previsión de ventas es no relacionar la cifra de ventas prevista con el efecto que puede tener en el resto de presupuestos de la empresa: gastos comerciales, producción, estructura, inversiones, etc. (Barranco, 2013).

En el caso particular de Colombia, su economía se basa en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas que equivalen al 90% de las empresas del país, las cuales generan un 73% de empleo. Por lo que el gobierno nacional creó la ley 590, la cual busca promover el desarrollo de estas empresas, pues a pesar de que conforman la economía del país están debilitados, pues muchas de estas se caracterizan por una administración improvisada, infraestructura inexistente o inadecuada, equipos obsoletos, falta de planificación en sus actividades, empleados temporales

y sin ningún estándar de calidad, lo que ocasiona poca oportunidad de crecimiento, insuficiente permanencia en el mercado y baja productividad. (Ospina, 2013).

En Uruguay, las micro y pequeñas empresas enfrentan distintos problemas por ejemplo, no existe información para la correcta toma de decisiones por las gerencias, o la información que con la que se cuenta es imprecisa, incorrecta, incompleta y poco fidedigna, no es posible segmentar correctamente a los clientes, por lo que no se puede personalizar el nivel de tratamiento que le damos a cada uno, lo que le ofrecemos a cada uno, el tiempo y los recursos que destinamos, como agregarle más valor, venderle más y mejor, no se sabe cuál es el nivel de satisfacción de los clientes, no hay mediciones objetivas o bien se mide enteramente por la subjetividad del vendedor, no se sabe por qué nos compran o nos dejan de comprar, se ganan o se pierden oportunidades en clientes existentes o potenciales y no se conocen las razones y cuáles son las claves del éxito o de los fracasos. (Peralta, 2012)

El mismo caso sucede en el Perú, donde una de cada cuatro medianas empresas registra caídas de 50% en ventas por su mala gestión, principalmente por errores que incurren estas empresas por duplicidad de funciones, la falta de claridad en los objetivos estratégicos y la insuficiente falta de conocimiento de una misión o visión (Grimaldo, 2015).

Es por ello que en la región Ancash el alineamiento de las micro y pequeñas empresas deben estar ligadas al ámbito de los negocios para desarrollar la competitividad e inclusión al mercado nacional e internacional con una buena gestión, basándose en una adecuada aplicación de herramientas o técnicas administrativa. De esta manera los conocimientos de gestión empresarial mejoraran.

Las micro y pequeñas empresas de nuestra provincia del Santa, tiene un gran potencial de desarrollo. Más aún con todas las herramientas tecnológicas que tienen hoy, realmente podría incrementar su potencia si tiene una buena toma de decisión implementando una adecuada gestión de calidad y una buena atención al cliente.

Y por último en Santa donde se desarrolló el trabajo de investigación existe Micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro Hostales desconocen la Gestión de Calidad en el desarrollo de sus procesos y la implementación de técnicas, por lo tanto debido a este desconocimiento, estas Mypes, se plantea la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016?** Para dar respuesta al problema de la investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016. Para poder

obtener el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características del representante de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016. Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016. La presente investigación se justifica porque permite conocer a nivel descriptivo las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016. Finalmente, el presente estudio se justifica por que servirá de base para otros estudios de investigación de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas empresa de la ciudad, región o país. En la cual este beneficio servirá de ayuda a los estudiantes para adquirir información sobre el tema de investigación, de manera clara y ordenada. Y a la vez tener conocimiento de cómo manejar correctamente una gestión de calidad para así tomar buenas decisiones en el campo laboral.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

Pérez (2017) en su tesis titulada *“Caracterización de la gestión de calidad y confiabilidad de las mypes sector turismo rubro hoteles del distrito de Zorritos - Tumbes, año 2017”*. Tiene como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y confiabilidad de las MYPE del sector turismo rubro hoteles en el distrito de Zorritos - Tumbes, año 2017, en los resultados obtenidos el turismo es un fenómeno multidisciplinar y complejo, dónde la aparición de destinos turísticos alternativos, en un momento de crisis, hace más necesario que los agentes económicos implicados dispongan de herramientas de análisis adecuadas para analizar la calidad de servicio, factor clave para desarrollar estrategias que redunden en incrementar la competitividad del destino turístico. En el departamento de Tumbes, es el principal motor de la economía principalmente en la provincia de Contralmirante Villar (Zorritos), que es una zona costera y aledañas al océano pacífico, por lo tanto, se puede afirmar que constituye un sector estratégico, para lograr un desarrollo sostenible que garantiza a los residentes de esta zona un bienestar adecuado.

Torres (2017) en su tesis titulada *“Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017”*. Tiene como objetivo principal: Determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencia de viajes y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017. En los resultados obtenidos respecto a la edad del emprendedor, están en el rango de 29 a 39 años de edad el 40,0%; de 18 a 28 años con el 30,0%; mayoritariamente son de género femenino 80,0%; la empresa, el 80,0% se encuentran formalizadas; las mypes están en el régimen general con 60,0% seguido de régimen especial 30,0%; las mypes están en el rango de 6 a más años con un 40,0%, de 3 a 5 años con el 35,0%; cuenta con 6 a más trabajadores el 45,0% , de 3 a 5 trabajadores con el 40,0%; los emprendedores en su mayoría no registran a todos sus trabajadores en planilla el 65,0%; Respecto a la gestión y atención al cliente, el 50,0% si tiene definido y sigue un plan de negocios; el 65,0% tiene definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa; el 50,0% si evidencia una gestión de atención al cliente y el 30,0% aún no lo evidencia; el 70,0% de los emprendedores manifiestan que capacitan a sus trabajadores; el 65,0% promueve una cultura de buen servicio; el 60,0% ha diseñado y sigue técnicas de atención al cliente; el 50,0% si recoge sugerencias y reclamos, el 30,0% es referencial; mientras que el 80,0% considera que los clientes valoran el servicio y

genera fidelización. Como conclusión se determinó que son jóvenes emprendedores quienes están a cargo de las mypes, representadas mayoritariamente por el sexo femenino, que en el sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos se tiene a emprendedores preparados académicamente, existe una gran informalidad en el aspecto laboral de las mypes y que los clientes valoran el servicio y genera fidelización.

Esquivel (2015) en su tesis titulada “Caracterización del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015”. Tiene como objetivo general: Describir las principales características del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015. En los resultados obtenidos indica que el 33% de los representantes manifiestan tener de 26-35 años de edad, el 87.5% son varones y el 40.2% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario 26.8 % manifiesta estar en desacuerdo respecto al conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa, 34.8 % manifiesta estar en desacuerdo respecto a que si reciben apoyo por parte del superior para resolver algunos problemas que se presentan en el trabajo, el 34.8% manifiesta estar en desacuerdo con respecto al trato justo por parte de su superior, del total de empleados encuestados se observa que el 35.7 % manifiesta estar totalmente en desacuerdo con respecto al sueldo que recibe. Finalmente, como conclusión se determinó que la percepción del clima organizacional de los empleados es desfavorable, Esto afirma la existencia de un ambiente de trabajo en los hoteles regularmente no grato y de irregulares relaciones sociales tanto entre jefes y subordinados.

Beteta (2015) en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las mypes del sector servicio - rubro hotelero de la urbanización el pacífico, nuevo Chimbote, 2013”. Tiene como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio – rubro hotelería, de la urbanización Pacífico, de Nuevo Chimbote, 2013. En los resultados obtenidos indica que el 67% de los representantes manifiestan tener de 30 – 40 años de edad, el 67% son casados, el 50% son propietarios, el 67% tiene estudios de nivel superior, el 100% manifiesta que si está dispuesto a invertir para brindar un servicio de calidad. Como conclusión, de la muestra podemos deducir que la mitad de ellos son propietarios de sus actividades económicas, asimismo la gran mayoría de las personas que conducen dichas organizaciones tienen estudios superiores ya sea técnico o universitarios y el

total de los encuestados están dispuestos a mejorar sus servicios brindando un sistema de calidad innovadora, obteniendo una mayor rentabilidad para sus negocios.

Ríos (2015) en su trabajo de investigación “*Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*”. Tiene como objetivo determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huanchaco, 2014. Llegó a los siguientes resultados, el 65% de los representantes legales de las MYPES son de sexo masculino, el 35% de los representantes legales de las MYPES tienen una edad fluctúa entre 35 – 44, el 60% tienen una instrucción superior universitaria completa, el 50% tiene un tiempo de permanencia de 5-7 años, el 90% de las Mypes son formales. El 95% son trabajadores permanentes, el 45% se formó la mype para generar ingresos para solventar los gastos familiares, el 50% de los factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, el 85% creen que la gestión de calidad es importante para la organización, el 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado, el 85% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad, el 80% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo, el 60% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000, el 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas, respondieron que si reinvierten en la empresa, el 60% dijeron que si amplían la reinversión, el 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad, el 90% de las MYPES la rentabilidad mejoro en los 2 últimos años, el 90% de las MYPE la rentabilidad no ha disminuido en los 2 últimos años. Llegando a la conclusión que la minoría de los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa, el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares. En cuanto a la gestión de calidad, se concluye que los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; que la calidad es importante para la organización y que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar

utilidad, como también el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. Hernández (2015) en su trabajo de investigación “*Gestión de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*”, tiene como objetivo determinar las características del marketing de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza. Se llegó a los siguientes resultados. El 40% de los gerentes y /o administradores de las Mypes encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas son del sexo femenino, el 53.33 % de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tienen solo secundaria completa, el 66.67 % de las Mypes encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio, el 53.33% de las Mypes encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa, el 53.33 % de la Mypes encuestadas piensa que la calidad más el precio es el principal criterio, el 75% indican que el precio es accesible, el 62.5% de los clientes encuestados indican que la calidad es buena, el 75% de los clientes encuestados indican que la atención es buena, el 62.5 % de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal, el 75 % de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena. Se concluye que los representantes de las Mypes rubro restaurantes son Femenino, tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años y tienen secundaria completa, que tienen algún tipo de capacitación, con respecto a la satisfacción del cliente, indicaron que los precios del restaurant le parecieron accesibles, la calidad del restaurant es buena, manifiestan que la atención es buena, la calidad del producto le parecieron buena, piensan que el factor primordial a mejorar es el precio y que finalmente el negocio le parece bueno.

Prudencio (2015) en su trabajo de investigación “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados - Huaraz, 2014*”. Tiene como objetivo general determinar las características de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de calzados Huaraz, 2014. Se llegó a los siguientes resultados el 35.39% manifestaron tener de 20 a 29 años de edad, el 61.5% son de sexo femenino, el 48.7% manifestaron tiene un grado de instrucción superior universitaria, el 35.9% estuvieron de acuerdo sobre el brindar información en relación a aspectos positivos de la zapatería a otras personas, el 35.9% está fuertemente de acuerdo con recomendar las zapatería a cualquiera que busque su consejo, el 38.5% estuvieron de acuerdo en animar a sus amigos y familiares a hacer operaciones con la zapatería, el 33.3% estuvieron medianamente de acuerdo en seguir la recomendación de la



zapatería para la compra del producto, el 28.2% están de acuerdo con la realización de más operaciones con la zapatería en los próximos años, el 28.2% estuvieron en desacuerdo en realizar menos operaciones en los próximos años, el manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario, el 50% manifiesta que muy pocas veces identifican y analizan la situación actual de la empresa, el 50% manifiestan que muy pocas veces identifican los problemas potenciales que se puede presentar dentro de la empresa, el 70% manifiestan que muy pocas veces implementan cursos de gestión en base a sus potencialidades y debilidades, el 40% manifiestan que muy pocas veces implementan todo los recursos necesarios para el servicio adecuado de los pasajeros, el 50% manifiesta que muy pocas veces solucionan los problemas que se presenta en el proceso de prestación de servicios por parte del personal, el 30% manifiesta que muy pocas veces elaboran encuestas de satisfacción al cliente, el 40% manifiesta que muy pocas veces cumplen con todas las normas establecidas, el 70% manifiesta que muy pocas veces verifican las actividades que se realiza en el proceso de prestación de servicios, el 60% manifiestan que muy pocas veces adquieren nuevas tecnologías para el proceso de prestación de servicios, el 50% manifiesta que muy pocas veces elaboran el plan de mejoramiento dentro del proceso de prestación de servicios. Llegando a la conclusión en cuanto a los datos generales manifiestan tener de 31-40 años de edad, el 90% son hombres y el 70% cuentan con estudios superiores no universitarios, respecto a la calidad del Servicio, manifiestan que muy pocas veces identifican y analizan la situación actual de la empresa, muy pocas veces desarrollan cursos de acción con base a las potencialidades y debilidades de la empresa, manifiestan que muy pocas veces implementan todo los recursos necesarios para el servicio adecuado de los pasajeros.

Huallpahuque (2015) en su trabajo de investigación “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*”, tiene como objetivo describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en el distrito de Huaraz 2014. Se llegó a los siguientes resultados. El 33,3% manifiestan tener de 36 - 45 años de edad, el 51,5% son mujeres, el 33.3% cuentan con estudios Superiores Universitarios, el 52,4% señalan que hay una deficiencia aplican la mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos, el 36.4% indica que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado respecto al establecimiento de objetivos dentro de la empresa, el 38,1% afirman que son indiferentes a hacer un seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso

de preparación de alimentos, el 42,9% afirman no identifican las causas que se puede presentar en la empresa respecto a la identificación de las posibles causas que genera problemas en el proceso de preparación de alimentos, el 47,6% afirman que se indican de una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos respecto a la planificación de soluciones a los problemas suscitados en el proceso de preparación de alimentos, el 33,3% manifiestan que no es necesario realizar cambios para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos respecto a la generación de cambio en la empresa, el 42,9% responden que no es necesario establecer un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos porque tienen amplia experiencia en el tema respecto al establecimiento de un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos, el 33,3% manifiestan que seleccionan de forma estandarizada la mercadería para brindar un producto de calidad respecto a la selección estandarizada de insumos para mejorar la calidad en la preparación de los alimentos. Se concluye que los representantes de las mype, tienen 36 a 45 años de edad, son mujeres, cuentan con estudios superiores universitarios, con respecto a gestión de calidad el, señalan que no aplican la mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos, señalan que logran un buen resultado lo hacen de manera oportuna.

## 2.2 Bases teóricas

### Las Micro y Pequeña empresa

Según la Ley N° 28015 (2013) son unidades económicas de pequeña escala, desde una perspectiva normativa a la Micro y Pequeña Empresa; así entonces, se señala a la MYPE como: “A la Unidad Económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.” La nueva Ley, cataloga a las Mypes como unidades de medidas económicas que generan rentabilidad tanto para el país como para la sociedad. Consecuentemente, en el estudio el 100% las Mypes tienen como objetivo fundamental establecer el desarrollo como de crear e generar rentabilidad, pues así continuar creciendo en el mercado y lograr todas las metas trazadas de innovación en el rubro en el cual ejercen.

### Características de la nueva Ley MYPE N° 30056

Ley N° 30056 (2013) es la inclusión de una nueva categoría empresarial que es la “mediana empresa”, que, si bien no goza de beneficios laborales, dado que con su incorporación se busca impulsar la (re)organización empresarial. En ese sentido, todas las micro, pequeñas y medianas empresas deberán determinar la categoría empresarial que les corresponde en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT.

Asimismo, se ha establecido que el incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para las micro y pequeña empresa será determinado por decreto supremo refrendado por el ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

La nueva ley y sus modificaciones hacen cambios las normas de clasificación de las empresas, en la cual permiten que todas las empresas se formalicen y se adapten a que categoría pertenecerán según su actividad. Así mismo en el estudio el 50% de las Mypes cuenta con una permanencia de 4 a 5 años en el rubro. Su permanencia se debe a una oportuna estrategia que ha ayudado a quedarse en el mercado.

### **Características de las micro y pequeñas empresas**

Falconier (2011) las microempresas se pueden clasificar según la potencialidad, capacidad de crecimiento o de desarrollo.

- **Microempresa de subsistencia:** Estas son unidades económicas situadas bajo los niveles de acumulación, que no han logrado reproducir y/o retener excedente económico necesario para generar un capital o para reproducir el proceso de producción.
- **Microempresa de acumulación simple:** Son aquellas que logran retener los excedentes generados en el proceso productivo, donde escasamente se garantiza reproducir el proceso de reproducción. Posee escasa capacidad de ahorro.
- **Microempresa de acumulación ampliada:** Son aquellas que logran tener los excedentes generados en el proceso productivo, con un grado tal que este nivel abarca a las pequeñas empresas propiamente tales, que en su mayoría disponen de personal calificado y cuyos dueños generalmente poseen educación superior.

### **Importancia**

Según Vásquez (2013) en la actualidad las Micro y pequeñas empresas son de suma importancia ya que intervienen en gran escala en el crecimiento económico del país, es decir, representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las Microempresas representan el 95,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo las Mypes brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca del 45% del PBI; constituyen pues el principal motor del desarrollo del Perú. En consecuencia, su importancia se basa en:

- Proporcionar abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Según Arbulú (2007) en países en vías de desarrollo como el Perú, las PYME cumplen un papel fundamental en la dinámica del mercado, produciendo y ofertando bienes, añadiendo valor agregado y contribuyendo a la generación de empleo. En la actualidad las PYME representan un estrato muy importante en la estructura productiva del país, tanto por la cantidad de establecimientos como por la generación de empleo, habiendo desarrollado en los últimos años una presencia mayoritaria, constituyéndose en algunas zonas del interior del país como la única forma de organización empresarial existente sobre la cual gira la actividad económica.

*De acuerdo a lo mencionado del autor, es cierto que la importancia de las Mypes es generar ingresos, empleo e innovación o mejora para el desarrollo del país. Así mismo el objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas se creó para generar rentabilidad, disminuir la pobreza.*

## **Gestión de Calidad**

### **Gestión**

Según Cipriano (2014) la gestión en toda organización consiste en afectar cosas por un grupo de personas con la finalidad de obtener ciertos resultados de la manera más efectiva y económica posible. Se trata de elegir las acciones en función del resultado que se espera obtener y de los bienes de que se dispone, en otros términos, asegurar la explotación óptima de recursos. Así como las acciones se deciden a la vista de los objetivos a lograr, éstas a su vez vienen determinadas por las necesidades a saber. Una gestión racional comprende los siguientes puntos:

- La identificación y gestión de las necesidades por satisfacer, determinar la visión, misión, valores, objetivos, estrategias, políticas, programas, procedimientos y presupuestos, que deberán ser perseguidos para satisfacer estas necesidades por medio de acciones efectivas. Una organización efectiva, que incluya la elección entre las acciones posibles, teniendo en cuenta los recursos disponibles hoy y los posibles en el futuro.
- Ejecución de la decisión al aplicar un liderazgo efectivo en comunicación y motivación, para actuar por convicción.

- Por último, el control de la ejecución que tiene por objeto asegurar que se logre la planeación, que lo es además con los medios previstos y también la toma de decisiones correctivas.

Según Rodríguez (2013) la gestión es una guía para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

*De acuerdo a lo referido por el autor la identificación y gestión de las necesidades permite que los dueños de las Mypes puedan examinar o estudiar las distintas actividades que sus trabajadores efectúan para satisfacer las necesidades del cliente, pues tienen una buena visión de la realidad que rodea al entorno de su empresa. En el estudio el 50% poseen un grado de instrucción superior no universitaria. También el 100% si conoce el término de gestión de calidad, puesto que la gestión de calidad es importante para la organización, para mejorar continuamente el desempeño abordando las necesidades de todas las partes interesadas. Así mismo el 50% de las micro y pequeñas empresas en estudio, mide el rendimiento del personal a través de la evaluación, en la cual ha proporcionado identificar con el personal adecuado para trabajar obteniendo resultados garantizados.*

## **Calidad**

Según Pacheco (2017) la calidad es como satisfacer, sin limitaciones todas las necesidades del cliente, para lograr este grado de satisfacción, es esencial que las empresas adopten modelos de gestión orientados a la mejora continua de sus procesos, en conclusión, la calidad total no se limita únicamente a los límites propios de la empresa sino que intentan alcanzar la excelencia y la satisfacción de todos los involucrados en sus negocios, ya sean socios, proveedores, distribuidores, grupos de interés u otras empresa que con el tiempo proporcionen servicios externalizados.

*Con relación a lo mencionado por el autor, la calidad en los productos o servicios es esencial e importante porque satisfacer a los clientes es la prioridad pues así ellos fidelizan con la empresa que obtendrán grandes rendimientos. En el estudio el 100% de las micro y pequeñas empresas, siempre brinda la gestión de calidad en el servicio a sus clientes, pues esto demuestra que el valor del servicio como tal se verá incrementado si el personal de la entidad que lo provea, utiliza en sus actividades las herramientas adecuadas para la calidad y*

*satisfacción del cliente, puesto que si el cliente se encuentra realmente satisfecho con las oportunidades o servicios que se les ofrece una organización por supuestos que éstos volverán a buscarlos.*

(Centeno, S.f) la calidad es un conjunto de características o propiedades inherentes, que tiene un producto o servicio las cuales satisfacen las necesidades del cliente, las mismas que se ven reflejadas en una sensación de bienestar de complacencia. Es importante que estas características estén estandarizadas y perduren siempre cuando se compra una y otra vez, así también se debe de tener en cuenta que tenga un costo óptimo.

Las micro y pequeñas empresas deben conocer que la calidad es un factor muy importante que genera la satisfacción interna y externa, es que, en la actualidad en un mundo tan competitivo y exigente, las Mypes deben cumplir con los estándares de calidad que exige el mercado.

### **Criterios para una gestión de calidad**

Según Vílchez (2012).

- **Liderazgo:** El concepto de Liderazgo está referido a la medida en que la Alta Dirección establece y comunica al personal las estrategias y la dirección empresarial.
- **Planificación Estratégica:** Como la organización plantea la dirección estratégica del negocio y como esto determina proyectos de acción claves.
- **Enfoque al Cliente:** Como la organización conoce las exigencias y expectativas de sus clientes y su mercado.
- **Información y Análisis:** Examina la gestión, el empleo eficaz, el análisis de datos e información que apoya los procesos claves.
- **Enfoque al Recurso Humano:** Examinan como la organización permite a su mano de obra desarrollar su potencial.
- **Proceso Administrativo:** Examina aspectos como factores claves de producción, entrega y procesos de soporte.
- **Resultados del negocio:** Examina el rendimiento de la organización y la mejora de sus áreas claves de negocio.

### **Atención al cliente**

Según Martínez (2013) la atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad.

## **Componentes de buena atención al cliente**

- Amabilidad
- Atención personalizada
- Rapidez en la atención
- Ambiente agradable
- Comodidad
- Seguridad
- Higiene

*Conforme con lo relacionado al autor, la atención al cliente es una valiosa herramienta que identifica a una empresa para traer o captar a los clientes. De la misma manera acontece en el estudio donde el 100% de las micro y pequeñas empresas, es fundamental la atención al cliente para que este regrese al establecimiento. El 67% de estas empresas, la atención que se les brinda a sus clientes es buena.*

*En consecuencia, la atención al cliente es un factor muy importante para toda empresa. La atención al cliente comprende a todos aquellos procesos y departamentos que interactúan con el cliente o consumidor.*

## **Atención básica al cliente**

### **Tipología de clientes**

Según Mateos de Pablo (2012) las necesidades y deseos del cliente se ven claramente afectados por su forma de pensar, de sentir, de razonar, etc.; es decir, que todos ven la realidad de lo que desean, sienten necesitar y, finalmente, compran a través de la forma en que perciben el mundo. Por esta razón, se puede definir una serie de características comunes, en relación a los rasgos de la personalidad concreta, a las que corresponderán actitudes similares a la hora de acudir a comprar, y sentirán emociones y sensaciones muy parecidas. Por ello, es interesante determinar una serie de tipos de personalidad ante el consumo ya que pueden servir de guía para reconocer a los compradores y poder atenderlos de forma adecuada a como les gustaría sentirse tratados a la hora de adquirir productos. Lógicamente, sería imposible englobar todas las personalidades



existentes, pero la clasificación de clientes que se va a hacer a continuación puede servir de eficaz herramienta.

#### - **El cliente reservado**

**Características.** Es aquella persona que apenas contesta a las preguntas del vendedor, incluso pareciendo no entender lo que se le dice. Todo ello puede estar motivado por su timidez, la desconfianza y el miedo a equivocarse; o bien a dificultades para expresarse.

**Forma de atenderle.** Hay que ser extremadamente amable, demostrándole interés por sus deseos. Se deben hacer preguntas cuyas respuestas intenten ser afirmativas, repitiendo los argumentos de formas distintas. Al hacerle preguntas, hay que tener cuidado de realizarlas en un tono de voz suave, para no generar malestar en dicho cliente.

#### - **El cliente silencioso**

**Características.** Existen multitud de razones por las que una persona puede estar callada: porque no tenga confianza en sí mismo; porque sea muy pensadora; porque no sepa conversar; o por otras razones que el profesional nunca descubrirá.

**Forma de atenderle.** Se pueden hacer muchas preguntas a una persona silenciosa para obtener una respuesta. Estas serían aquellas que le piden opinión, realizadas con la técnica de las preguntas abiertas, es decir, aquellas que comienzan con las palabras: qué, cómo, cuándo, etc. Para aplicarlas hay que desarrollar mucha paciencia, ya que la tendencia natural de estos clientes es resistirse a contestar.

#### - **El cliente tímido**

**Características.** Este tipo de cliente se presenta inseguro de sí mismo, quizá bajo una presión de relacionarse con los demás, o bien de protección.

**Forma de atenderle.** Hay que intentar acrecentar la confianza del cliente, mediante demostraciones físicas palpables, como pueden ser en catálogo, fotografías, facturas, etc., que generen tranquilidad en él.

#### - **El cliente hablador**

- **Características.** Este tipo de cliente se caracteriza por su gran locuacidad, ya que no para de hablar, pareciendo ignorar el paso del tiempo y tratando incluso temas que no tienen nada que ver con el objeto de la compra.

**Forma de atenderle.** Hay que escucharle con agrado y simpatía, pero intentando retomar la conversación hacia el tema que interesa para la venta de forma paciente, evitando entrar en discusiones, para prevenir la dispersión natural de estas personas.

### **- El cliente polémico**

**Características.** Este cliente se caracteriza por estar siempre descontento y, por ello, le encanta entrar en discusiones, exigiendo razones de por qué se hacen las cosas de determinada manera. Puede mostrarse agresivo y brusco, haciendo observaciones negativas e irónicas acerca de los productos, del servicio o de la empresa. Bajo la apariencia de dominación, suele esconderse una notable inseguridad en sí mismo, ya que su objetivo suele ser llevar la contraria, sintiéndose entonces superior a los demás.

**Forma de atenderle.** Hay que escuchar a este cliente con paciencia, prometiéndole hacer caso a sus frecuentes reclamaciones y, sobretodo, no dejando que intimide con sus críticas e irónicos comentarios. Nunca se debe discutir con él, por el contrario, hay que mostrarse firmes, con seguridad y moderación.

*Con lo relacionado al autor, si existe diferentes tipos de clientes en la cual se puede reconocer y negociar en cada situación que se encuentre. Se debe tener en claro que para una empresa no existe cliente imposible. En la cual el servicio de atención al cliente es primero, son especiales, únicos y debemos tratarlos como tal.*

### **La interacción con el cliente y la evaluación de su nivel de satisfacción**

#### **- Fuerte interacción entre el empleado y el cliente**

Hay que destacar que en el sector del retail existe una notable interacción entre el empleado y el cliente, lo que ha ayudado a que los cambios habidos en el sector, sobre todo en su estructura comercial, hayan estado muy influidos por el propio consumidor. El primer impacto que tiene un consumidor al realizar una compra, si resulta ser positivo, autoalimenta de manera positiva y creciente los comportamientos recíprocos empleado-cliente y su satisfacción mutua. Lo contrario sucede con un primer impacto negativo.

#### **Pasos sugeridos por Normann**

Deulofefeu (2012) como pasos a seguir, cita:

Crear empatía con los clientes (la cultura japonesa postula que son los clientes y no la empresa quienes pagan los salarios).

- Utilizar medios que permitan generar y reforzar la motivación e interacción dentro de una microsituación. Es el caso de ofrecer una determinada atención a un cliente mientras espera en la compra.

- Emplear métodos de estimulación de las relaciones, como regalos a los familiares del empleado. Dirigir al cliente, preparándolo así a que inicie positivamente la interacción. Crear un clima positivo, abierto y proclive al servicio. Ello acaba impregnando a toda la organización y se manifiesta en los clientes.

### **Técnicas de atención básicas a clientes**

Según Díaz (2014)

- **Tipología de clientes:** Los clientes son el tesoro de cualquier actividad económica, sin ellos no sería posible ninguna venta.

- **Practicar la comunicación verbal no verbal y el comportamiento para una buena atención al cliente.** La comunicación es primordial y es una necesidad que tiene el ser humano. Por lo tanto, estas características también hay que trasladarlas a las relaciones con los clientes. Todos podemos comunicarnos empleando el lenguaje verbal o no verbal.

- **Ser capaz de aplicar el proceso de la llamada telefónica en la atención al cliente.** Estudiar y aplicar de las solicitudes, quejas y reclamaciones para una atención básica. La comunicación con los clientes se puede efectuar de diversas maneras, a través de distintos canales (email, redes sociales, etc.).

Uno de estos canales utilizados con mucha frecuencia es el teléfono. A través del teléfono se puede realizar una buena atención al cliente mediante dos formas:

- **La recepción de llamadas.** Aquí el cliente es que llamada por diversos motivos.

- **La emisión de llamadas.** Es la propia empresa la que se pone en contacto con el cliente. En la atención telefónica sabemos que la comunicación que se emplea es la oral, pero debemos tener en cuenta que al no estar presentes los interlocutores, los elementos no verbales que hemos estudiado no se pueden dar (los gestos, la mirada, las expresiones faciales, las posturas, etc.), y por lo tanto, no podremos apoyarnos en ellos para complementar nuestro mensaje.

- **Conocer los documentos que se emplean en una solicitud de queja y reclamaciones.** El proceso de reclamación, desde que el cliente interpone la reclamación hasta el final, pasa por una serie de fases:

- Se inicia con la solicitud del cliente, documento que debe contener todos los datos necesarios para poder tramitar correctamente la reclamación. Se debe invitar al cliente para que exponga

por escrito sus argumentos por el cual desea poner una reclamación. En estos escritos están divididos en tres grandes bloques:

**Datos identificativos.** Aquí se exponen los datos personales del cliente, de la empresa y responsable.

**Cuerpo central.** Se expondrán con total claridad los argumentos por los que se realiza la reclamación.

**Pie de documento.** Aquí suelen estar la firma tanto del cliente como de la persona responsable de la atención.

Una vez confeccionada la reclamación, se realiza el registro de la misma, es decir, que la persona encargada de la atención al cliente debe abrir una carpeta (expediente) para guardar dicha solicitud. Aunque se puede hacer manual, existen aplicaciones informáticas que realizan esta labor de registro. Los datos que deben constar básicamente en este registro serán: los del cliente, la fecha, el tipo de reclamación y lo que reclama.

Cuando se registre, el cliente debe tener constancia de que se ha realizado este trámite, y para ello, le podemos dar una copia de su reclamación (sellada por el responsable).

*Con lo mencionado el autor, en la atención al cliente es importante tener presente una serie de actuación para que la comunicación entre las partes sea satisfactoria. Antes de entrar de lleno, es interesante saber qué entendemos por comportamiento. Se debe tener en cuenta que el cliente es lo primero, brindar y permitir tener margen de acción para solucionar los temas, con posibilidad de contar con presupuesto y con capacidad, en definitiva, para adoptar acuerdos con el cliente. A la vez, debe ser un equipo preparado, con muchos conocimientos sobre los productos y servicios de la empresa. En el estudio, el 66.67% de las micro y pequeñas empresas, si brinda una buena atención al cliente. El 100% de las micro y pequeñas empresas, siempre dan solución a los clientes.*

## **Servicio al cliente**

### **Definición**

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta

definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Según Serna (2006)

### **Características del servicio al cliente**

En relación a este punto, Serna (2006) afirma que:

- Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:
- Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
- Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
- Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- El Valor agregado, plus al producto.

### **Calidad en el servicio**

Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

- a) En primer lugar, debemos distinguir la calidad en un servicio de la satisfacción del cliente provocado por ese servicio.
- b) Por otro lado, para alcanzar ese clima de calidad de servicio, debes hacer un trabajo sistemático previo.
- c) Pero para lograr la calidad del servicio, lo primero es visualizar claramente ese blanco; su forma, su centro, la distancia, la posición.
- d) Luego deberás trabajar en darle al servicio todas las características que hacen que la calidad percibida por el cliente sea positiva.

- e) Fíjate que no dije que tu servicio deba ser perfecto para que sea un servicio de calidad.
- f) Por otro lado, los clientes son personas integrales, y perciben la calidad del servicio de ese modo.
- g) Y finalmente, un último factor, ese que encantará a tus clientes con tu servicio. Dar siempre mayor valor.
- h) Si buscas el objetivo de la excelencia en el servicio con dedicación y sin regateos, la consecuencia para tu empresa será un mayor beneficio económico.

*El autor menciona el buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, desde el saludo del personal de seguridad que está en la puerta del local, hasta la llamada contestada por la recepcionista. Para lo cual es necesario capacitar y motivar permanentemente al personal para que brinde un buen servicio al cliente, no solo a aquellos trabajadores que tengan contacto frecuente con el cliente, sino a todos los que en algún momento puedan llegar a tenerlo, desde el encargado de la limpieza hasta el gerente general. Así pues, en el estudio el 33.33% tiene una buena calidad de producto o servicio, para que todo negocio esté en la cumbre del éxito se debe tener en cuenta la satisfacción del cliente.*

## **2.3. Marco conceptual**

### **Historia de los Hostales**

El primer hostel comenzó a principios del siglo XX (la fecha exacta no se conoce, pero entre 1908 y 1912), de la mano de Richard Schirrmann, un maestro alemán quien solía realizar viajes por el campo con sus alumnos para estar en contacto con la naturaleza. Convencido que el contacto con la naturaleza traía innumerables beneficios para las personas, tuvo la idea de crear un albergue para incentivar a otros jóvenes a viajar y apoyar la integración con viajeros de diferentes partes del mundo. Este albergue comenzó a funcionar en un castillo reconstruido en Altena, Alemania, convirtiéndose en el primer hostel de la historia.

Años más tarde, fundó la Asociación Alemana de Albergues para Jóvenes la cual hoy conocemos como Hostelling International, y vio como el movimiento alberguista se expandió, en Europa, y en el resto del mundo entre los años 30 y 50.

Pero en los años 60 y 70 surge un nuevo tipo de viajeros, especialmente para conocer otros lugares (frecuentemente distantes), para entrar en contacto con otras culturas y personas. Los hostales siempre fueron lo mejor (por su precio).

### **Hostales en el Perú**

En el siglo XIX, luego de la conquista, virreinato e independencia del Perú y posteriormente la guerra con Chile, la presencia de hoteles en Lima era escasa, con pocos servicios. Se ubicaban mayormente próximos al Centro Histórico de Lima y cerca de rutas comerciales, camino a las principales provincias del Perú (Trujillo, Piura, Cajamarca, Arequipa y Cusco). También había hospedajes cerca de los puertos, ya que en siglos pasados los viajes se hacían por vía marítima por falta de carreteras. Los hoteles se les conocían con el nombre de hospedaje, alojamientos, casa de reposo o pensión. Las habitaciones eran rústicas, no contaban con baño independiente y mayormente ofrecían el servicio de comedor. En provincia sucedía lo mismo. Los hospedajes se encontraban cerca de la plaza principal. Los menús eran consistentes con nuestro típico sabor criollo picante. En los años 20, 30 y 40s, empezaron a construirse grandes Hoteles tales como el Bolívar, Sheraton y Country Club, el cual revolucionaron por el tipo de servicio “A1” que ofrecían. Además de hospedaje, ofrecían otros entretenimientos, elevando la categoría y preservando el prestigio hasta la actualidad. Luego, con el crecimiento urbano, hoteles de 3 y 5 estrellas se asentaron en distritos tales como San Isidro y Miraflores. En aquella época eran zonas muy exclusivas, donde la gente aristocrática vivía en grandes casonas cuya arquitectura

tenía influencia occidental. En la actualidad aún se le considera zona residencial, pero últimamente se han desarrollado zonas de alto flujo comercial, lo cual no ha menoscabado su imagen como distrito, debido a una buena labor de sus autoridades. Hoteles como J.W. Marriot, El Pardo Hotel, Miraflores Park Hotel, Hotel Las Américas, Sol de Oro, se les considera los más importantes en Miraflores. El Country Club, Los Delfines, Swissotel, Plaza del Bosque, Sonesta Posada del Inca están considerados entre los mejores de San Isidro. Estos hoteles están entre los primeros ya que ostentan el título de 5 estrellas. El Ressor & Centro de Convenciones el Pueblo, está considerado como el mejor Hotel en las afueras de Lima. En provincia, la ciudad del Cusco fue la que atrajo inversión hotelera luego de que Hiram Bingham descubriera Machu Picchu en 1911. Hoteles como Los Libertadores, Monasterio, Picoaga, Novotel, Sanctuary Lodge y Pueblo Hotel están entre los más importantes.

## **Hostales**

Son establecimientos que dan servicio de alojamientos a personas que necesitan tranquilidad, descanso entre otros.

En la actualidad la gran mayoría de estos hostales pueden incluir habitaciones privadas con baño, y a mejores precios que un hotel, manteniendo todos los beneficios de la integración que ofrece un hostel como excursiones y actividades organizadas por el hostel, salas de juego, living o salas con TV, DVD, cocinas compartidas donde probar comidas de diferentes partes del mundo, bibliotecas etc.

## **Micro y pequeñas empresas rubro Hostales**

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Hostales ubicadas en la ciudad de Santa, funcionan 06 hostales y están constituidas como personas naturales, siendo dirigidas por su representante legal que es el dueño y tiene a su cargo la administración del Hostel.

Estas mypes tienen 09 años de funcionamiento en esta ciudad. En la cual el representante legal que es el dueño cumple la función de administrador y cajero de su negocio, teniendo 3 trabajadores cuya función es de atender al cliente, facilitarle algunos inconvenientes que se presente en el hostel, realizar la limpieza de las habitaciones turnándose las 24 horas y una encargada en el área de lavado y planchado de las sabanas.



## **Gestión de Calidad de la Micro y Pequeña empresa de Hostales**

Estas micro y pequeñas empresas micro y pequeñas empresas rubro Hostales no utilizan una adecuada gestión, pues no administra bien el negocio, no hay un buen uso de técnicas o herramientas modernas de gestión, no hay compromiso de la dirección con respecto a la gestión de calidad, como una buena especialización de servicios al cliente y esto hace que la mypes fracasen o tenga un cierre temporal.

### **Gestión de calidad**

Emplear recursos para dar un buen servicio al cliente, en la cual predomina la habilidad y conocimiento que tiene el empresario para atender y llegar a sus clientes para así fidelizar y hacer bien las cosas en la cual el cliente se encuentre satisfecho. Teniendo una buena mejora en atención al cliente nos permitirá el crecimiento y desarrollo de la empresa.

### **Atención al cliente**

Es un servicio que se presta al cliente para establecer contacto ya sea en varias formas de comunicación que existe para que el cliente realice sus consultas, reclamos, entre otros. En la cual debemos tener en cuenta que el cliente es primero.

### **III. HIPÓTESIS**

En esta investigación no se planteó hipótesis por tratarse de un tipo descriptivo, ya que consiste sólo en conocer las características, costumbres y situaciones de los representantes de las micro y pequeñas empresas a través de la descripción exacta de las actividades.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación**

Para la realización del presente trabajo de investigación se aplicó el diseño No Experimental – Transversal – Descriptivo.

Fue No Experimental, porque se desarrolló sin deformar la variable de gestión de calidad, a la vez se detalló tal como se encuentra en su entorno, acorde con la realidad sin transformación dentro de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016.

Fue Transversal, porque el estudio se realizó en un tiempo determinado, en el año 2016, donde tuvo un inicio y un fin.

Fue Descriptivo, porque el estudio detalló las características más sobresalientes de las variables de gestión de calidad con el uso de la atención al cliente.

### **4.2 Población y muestra:**

#### **a) Población:**

La población está conformada por 06 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. (Ver anexo 3).

#### **b) Muestra:**

La muestra se obtuvo usando la muestra poblacional de 06 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016. Se trabajó con esta muestra ya que los representantes de las micro y pequeñas empresas facilitaron la información esencial que se solicitó.

### 4.3 Definición y Operacionalización de la variable

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Son personas naturales o jurídicas, emprendedoras que tienen en mente la idea de negocio en la cual buscan una estabilidad económica.	Edad	18 – 30 años 31 – 50 años 51 a mas	Cuantitativa
		Género	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin Instrucción Educación básica Superior universitaria Superior No universitaria	Nominal
		Cargo	Dueño Administrador	Nominal
		Año de desempeño	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Cuantitativa

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Las Micro y pequeñas empresas	Es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Permanencia	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Cuantitativa
		Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Cuantitativa
		Los trabajadores son	Familiares Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	Generar ganancias. Subsistencia	Nominal

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente	Permite mejorar el logro de los objetivos empresariales basada en un proceso de planeación, organización, dirección y control, que intervienen en la satisfacción del cliente.	Conoce el término Gestión de Calidad	Si No	Nominal
		Técnicas modernas de Gestión de Calidad conoce	Benchmarking Red-corporativas Empowerment Las 5 S Otros	Nominal
		Dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	La observación La evaluación Escala de puntuaciones Evaluación de 360° Otros	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si No	Nominal

Continúa...

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente		La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización	Siempre Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca	Nominal
		Conoce el termino atención al cliente	Siempre Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca	Nominal
		Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Siempre Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca	Nominal
		La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	Siempre Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca	Nominal
		La atención que brinda a los clientes es	Buena Regular Mala	Nominal
	Atención al cliente, o sencillamente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para vincularse o comunicarse con sus clientes en la cual buscan que ellos tengan una total satisfacción.	Considera usted que se está dando una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal Por una mala organización de los trabajadores Falta de capacitación al personal	Nominal
		Técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su microempresa	Buena calidad de producto o servicio Precio justo y razonable Amplia variedad de formas de pago Horarios de atención se adaptan fácilmente al cliente	Nominal
		La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes	Siempre Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca	Nominal
		La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado	Siempre Casi Siempre A veces Casi nunca Nunca	Nominal

#### **4.4 Técnicas e Instrumentos**

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, dirigida a los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016.

Se empleó como instrumento para el desarrollo del trabajo de investigación el cuestionario constituido con 23 preguntas cerradas, 05 preguntas referentes a los representantes de las Micro y pequeñas empresas, 04 preguntas referentes a las Micro y pequeñas empresas y 14 preguntas direccionadas a la variable de Gestión de Calidad con el uso a la atención al cliente (Ver anexo 3).

#### **4.5 Plan de Análisis**

Para el estudio de los datos recolectados en la investigación se hizo el uso del análisis descriptivo de las variables en estudio de las micro y pequeñas empresas, en la cual se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas.

Para la realización del presente trabajo se utilizaron los siguientes programas:

- **Programa Microsoft Word**, a través de este programa se desarrolló el trabajo de investigación, para efectuar la estructura de la redacción digital y posteriores modificaciones.
- **Programa Microsoft Excel**, a través de este programa se elaboró el diseño de las tablas de frecuencia absoluta y relativa, luego se procedió a realizar el diseño de las figuras adquiridas en las encuestas.
- **Programa Acrobat Reader**, que permite descargar y leer archivos digitales en PDF. Y por último
- **Microsoft Word a PDF** para la presentación final del trabajo de investigación y enviar al EVA.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseño	Instrumentos y procesamiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016.</li> </ul> <p><b>Objetivo Específico:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las principales características del representante de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016.</li> <li>- Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016.</li> <li>- Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016.</li> </ul>	<p>Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente</p>	<p>La población está constituida por 6 micro y pequeñas empresas en el sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016. La cual se obtuvo de la técnica de sondeo</p>	<p><b>Diseño:</b> Fue no experimental– transversal descriptivo. No experimental porque se desarrolló sin deformar las variables.</p> <p><b>Transversal:</b> porque el estudio se realizó en un tiempo determinado, en el año 2016 donde se tuvo un inicio y un fin.</p> <p><b>Descriptivo:</b> porque el estudio detalló las características más sobresalientes de las variables de gestión de calidad con el uso de la atención al cliente.</p>	<p><b>Técnica:</b> Se utilizó el instrumento del cuestionario como técnica.</p> <p><b>Plan de análisis:</b> Se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos. Donde se utilizó como soporte, el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción y elaboración de tablas digitales y el Acrobat Reader XI, para descargar y leer archivos digitales.</p>

#### **4.7 Principios Éticos**

En el presente trabajo se ha utilizado la elaboración de los principios éticos como:

**Confidencialidad**, se utilizó este principio por que los datos que nos proporcionan los representantes de las Micro y pequeñas empresas se publican en el estudio de esta investigación con su autorización. Se respetó el derecho de confidencialidad para evitar cualquier tipo de problemas.

**Confiabilidad**, se utilizó este principio por que los datos que se presentan en este trabajo de investigación, son reales dichos por los mismos representantes. Las empresas y las personas actúan bajo normas de ética debido que estas nos ayudan a fortalecer relaciones interpersonales y actuar de una manera justa y responsable en todos los entornos que nos rodean.

**Privacidad**, se utilizó este principio por que el testimonio de los representantes de las Micro y pequeñas empresas se mantienen en reserva.



## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados:

**Tabla 1** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

Datos generales	Número de Mypes	Porcentaje
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	0	0,0
30 a 50 años	3	50,0
51 a más años	3	50,0
Total	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>Genero</b>		
Masculino	2	33,3
Femenino	4	66,7
Total	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>Grado de Instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	2	33,3
Superior no universitaria	3	50,0
Superior universitaria	1	16,7
Total	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	6	100,0
Administrador	0	0,0
Total	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>Tiempo que desempeña el cargo</b>		
0 a 3 años	1	16,7
4 a 6 años	3	50,0
7 a más años	2	33,3
Total	<b>6</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

**Tabla 2** Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

De la empresa	Número de Mypes	Porcentaje
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	1	16,7
4 a 6 años	3	50,0
7 a más años	2	33,3
Total	6	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	6	100,0
5 a 10 trabajadores	0	0,0
11 a más trabajadores	0	0,0
Total	6	100,0
Las personas que trabajan en su empresa son:		
Familiares	2	33,3
Personas no familiares	4	66,7
Total	6	100,0
Objetivo de creación de la empresa		
Generar rentabilidad	6	100,0
Subsistencia	0	0,0
Total	6	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a las características de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

**Tabla 3** Características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente, en las Micro y Pequeñas empresas del servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

Gestión de calidad	Número de Mypes	Porcentaje
<b>Conoce el término gestión de calidad</b>		
Si	6	100,0
No	0	0,0
Total	6	100,0
<b>Técnicas modernas de gestión de calidad, conoce</b>		
Benchmarking	2	33,3
Red – corporativa	0	0,0
Empowerment	4	66,7
Las 5 s	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	6	100,0
<b>Dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	2	33,3
Aprendizaje lento	3	50,0
No se adapta a los cambios	1	16,7
Desconocimiento del puesto	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	6	100,0
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce</b>		
La observación	3	50,0
La evaluación	3	50,0
Escala de puntuaciones	0	0,0
Evaluación de 360°	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	6	<b>100,0</b>
<b>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</b>		
Si	6	100,0
No	0	0,0
Total	6	100,0
<b>La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización</b>		
Siempre	6	100,0
Casi Siempre	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	6	100,0

continúa...

**Tabla 3** Características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente, en las Micro y Pequeñas empresas del servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

Conoce el termino atención al cliente		
Siempre	6	100,0
Casi Siempre	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	6	100,0
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Siempre	6	100,0
Casi Siempre	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	6	100,0
Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Siempre	6	100,0
Casi Siempre	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	6	100,0
La atención que brinda a los clientes es		
Buena	4	33,0
Regula	2	67,0
Mala	0	0,0
Total	6	100,0
Por qué considera Usted que se está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal.	0	0,0
Por una mala organización de los trabajadores.	2	33,3
Falta de capacitación al personal.	4	66,7
Total	6	100,0
Técnica moderna de atención al cliente dentro de la microempresa		

continúa...

		concluye
Buena calidad de producto o servicio.	2	33,3
Precio justo y razonable.	1	16,7
Amplia variedad de formas de pago	0	0,0
Horarios de atención se adaptan fácilmente al cliente	3	50,0
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>Creé Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes</b>		
Siempre	6	100,0
Casi siempre	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Nunca	0	0,0
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado</b>		
Siempre	1	16,7
Casi siempre	3	50,0
A veces	2	33,3
Casi nunca	0	0,0
Nunca	6	0,0
<b>Total</b>		<b>100,0</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a la gestión de calidad en la atención al cliente de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

## 5.2 Análisis de Resultados.

### **Tabla 1 Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas:**

**Edad:** El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 50 años, (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Beteta (2015) quien muestra que el 50% tienen edad entre 30 a 40 años, así mismo coinciden con los resultados obtenidos por Hidalgo (2016) donde menciona que el 55% tienen edad entre 30 a 40 años, a su vez coinciden con los resultados encontrados por Torres (2017) quien muestra que el 40% tienen edad entre 29 a 40 años, también coinciden con los resultados obtenidos por Huallpahuaque (2015) donde menciona que el 33,3% tienen edad entre 36 a 45 años, también coinciden con los resultados obtenidos por Esquivel (2015) quien manifiesta que el 33% tienen edad de 30 a 44 años, a su vez coinciden con los resultados obtenidos por Ríos (2015) quien determinó que el 35% de los representantes tienen entre 35 a 44 años, también coinciden con los resultados obtenidos por Pineda (2014) donde menciona que el 50% de los representantes manifestaron tener una edad que fluctúa entre 31 a 40 años, a su vez coinciden con los resultados obtenidos por Hernández (2015) quien muestra que el 40% de los representantes tienen edad entre 30 a 40 años. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Prudencio (2015) quien determinó que el 35,39% de los representantes tienen edad entre 20 a 29 años. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, están siendo administradas por personas mayores que tienen edad entre 30 a 50 años, que con el pasar de los años tienen experiencias, habilidades en los negocios, en la cual gracias a los resultados y rentabilidad, ellos siguen creciendo y son buenos emprendedores para así satisfacer las necesidades de sus clientes.

**Género:** El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Hernández (2015) quien manifiesta que el 66,67% de los representantes son de género femenino, también coinciden con los resultados obtenidos por Prudencio (2015) quien muestra que el 61,5% son de género femenino, de igual manera coinciden con los resultados obtenidos por Huallpahuaque (2015) quien manifiesta que el 51,5% son de género femenino, a su vez coinciden con los resultados encontrados por Torres (2017) quien determina que el 80% son femeninos. Pero contrasta con los resultados encontrados por Pineda (2014) donde el 90% de los representantes encuestados son de género masculino, también coinciden con los resultados obtenidos por Beteta (2015) y Esquivel (2015) en la cual el 87,5% son de género masculino,

así mismo coinciden con los resultados obtenidos por Hidalgo (2016) quien manifiesta que el 70% son de género masculino, también coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien manifiesta que el 65% son de género masculino. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, están siendo dirigidas por personas de género femenino. Actualmente las mujeres ocupan una alta dirección en las organizaciones por el gran desempeño e dedicación que fomenta en sus labores de trabajo, esto ha permitido que las féminas escalen y se incorporen en la creación de estrategias para que las empresas incrementen mejores valores y óptimos procedimientos y sobre las decisiones a tomar en su rol como ente familiar. Las mujeres son una fuente de talento de alta calidad en un mercado competitivo.

**Grado de Instrucción:** El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas poseen un grado de instrucción superior no universitario, (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Pineda (2014), quien manifiesta que el 70% de los representantes poseen un grado de instrucción superior no universitaria, así mismo coincide con los resultados encontrados por Esquivel (2015) quien menciona que el 67% tienen estudio superior no universitario. Pero se contrasta con los resultados encontrados por Beteta (2015) quien menciona que el 67% tienen estudios universitarios, así mismo contrasta con Hidalgo (2016) quien manifiesta que el 65% tienen estudios universitarios, también coincide con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien menciona que el 60% tienen estudios superiores universitarios, así mismo coinciden con los resultados obtenidos por Prudencio (2015) quien manifiesta que el 48,7% tienen instrucción superior universitaria y coinciden con los resultados encontrados por Hernández (2015) quien manifiesta que el 53,33% tienen estudios secundarios. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, están siendo dirigidas por profesionales no universitarios que tienen ideas, habilidades y conocen estrategias en las cuales pueden aplicar en sus negocios y desarrollar de esta manera un mejor trabajo y gestión de todos sus recursos.

**Cargo que desempeña:** El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños del negocio, (Tabla 1). Estos resultados coinciden en su gran mayoría con los resultados encontrados por Hidalgo (2016) quien menciona que el 90% son propietarios y gerentes de su empresa, además coinciden con los resultados encontrados por Beteta (2015) quien manifiesta que el 50% son propietarios. Esto demuestra que actualmente la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, están siendo administradas por los propios dueños, que iniciaron este negocio y tienen una buena visión de

la realidad que rodea al entorno de su empresa, puesto que quieren permanecer en el mercado y tener una mejora continua para cumplir con las expectativas del cliente.

**Tiempo que desempeña el cargo:** El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas vienen desempeñando el cargo de 4 a 6 años, (Tabla 1). Se contrasta con los resultados encontrados por Torres (2017) quien manifiesta que el 40% tienen más de 6 años en el cargo. Esto demuestra que actualmente una mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, están siendo administradas por sus representantes que tienen una permanencia en el cargo de 4 a 6 años, pues esto los lleva a seguir adelante y dirigir el negocio con los objetivos trazados, siendo eficaces y efectivos al enfocarse al cliente, pues así contribuirán con las netas de la empresa.

### **Tabla 2 Referente a las características de la Micro y Pequeñas empresas:**

**Tiempo de permanencia de la empresa:** El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen una permanencia de 4 a 6 años en el rubro, (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien manifiesta que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen una permanencia de 5 a 7 años, así mismo coinciden con los resultados encontrados por Beteta (2015) quien manifiesta que el 67% tienen más de 5 años en el rubro. Pero contrasta con los resultados encontrados por Hidalgo (2016) quien manifiesta que el 50% tienen una permanencia de 11 a 20 años en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, tienen una permanencia de 4 a 6 años en el rubro, lo cual ha permitido mantenerse en el mercado, debido a su constante trabajo y satisfacción con los clientes, generando competitividad y utilidad en el entorno empresarial.

**Número de trabajadores:** El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Beteta (2015) quien menciona que el 67% tiene de 4 a 10 trabajadores en su empresa. Pero contrasta con los resultados encontrados por Torres (2017) quien nos dice que el 45% tiene de 6 a más trabajadores y a la vez contrasta con Hidalgo (2016) quien manifiesta que el 50% tiene de 6 a 10 trabajadores laborando en la empresa. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, tienen de 1 a 5 trabajadores que laboran en la empresa, esto ha permitido tener un buen clima laboral y a la vez ellos se encuentran comprometidos con el negocio, se abastecen para realizar sus funciones dentro de la empresa, estos trabajadores se sienten motivados en el trabajo porque son



considerados como un integrante más en la empresa, pues así llegan al objetivo trazado que se le encomienda y poder satisfacer a sus clientes.

**Personas que trabajan:** El 66,7% de las micro y pequeñas empresas, tienen trabajando a personas no familiares y el 33,3% son familiares, (Tabla 2). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, tienen trabajando en la empresa a personas que no están vinculadas familiarmente, esto les permite a los dueños y trabajadores a que generen una importante relación de confianza que se transforma en un factor positivo entre ambos fomentando lealtad.

**Objetivo de creación:** El 100% de las micro y pequeñas empresas, se creó para generar rentabilidad, (Tabla 2). Estos resultados coinciden en su totalidad con los resultados encontrados por Beteta (2015) quien nos dice que el 100% si genera rentabilidad para la empresa, a la vez coinciden con Torres (2017) quien nos dice que el 65% tiene como objetivo generar rentabilidad, así mismo coincide con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien manifiesta que el 45% de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo generar rentabilidad. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, crearon sus empresas para generar rentabilidad, llevando un control adecuado de sus gastos, maximizando sus ganancias y dando una adecuada atención al cliente, en la cual permite que sus ingresos puedan solventar en los gastos familiares.

### **Tabla 3 Referente a las características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente:**

**Término de gestión de calidad:** El 100% de las micro y pequeñas empresas si conoce el término de gestión de calidad, (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Hidalgo (2016) quien nos manifiesta que el 75% tienen conocimientos de gestión de calidad, así mismo coincide con Torres (2017) quien manifiesta que el 50% tiene conocimiento de gestión de calidad. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, manifiesta que la gestión de calidad es importante para una organización manifiesta que la gestión de calidad es importante para una organización porque tanto los empleados y directivos unen esfuerzos para mejorar la calidad de sus servicios, para asegurar el éxito a largo plazo, este esfuerzo continuo garantiza la fidelidad de los clientes y así tenerlos satisfechos.

**Técnicas modernas:** El 66,7% de las micro y pequeñas empresas conoce la técnica de Empowerment y un 33,3% conoce Benchmarking, (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría

de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, conoce el Empowerment, esta técnica lo utilizan las empresas para incrementar o ampliar la responsabilidad, confianza y compromiso de sus colaboradores, pues ellos son piezas clave del negocio, pues así tienen una participación activa en la toma de decisiones. En este punto los trabajadores no dependen de una orden de un jefe para realizar sus trabajos.

**Dificultades que tiene para la implementación de gestión de calidad:** El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen un aprendizaje lento, mientras que el 33,3% manifiesta que tiene poca iniciativa y el 16,7% no se adapta a los cambios, (Tabla 3). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, manifiesta que el tener una buena implementación de gestión de calidad beneficia a la organización, puesto que, al documentar y controlar todos los procesos de gestión, aumenta la eficacia y la productividad económica a través de la plena satisfacción de los clientes.

**Técnicas para medir el rendimiento del personal:** El 50% de las micro y pequeñas empresas, mide el rendimiento del personal a través de la evaluación, (Tabla 3). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, manifiesta que la evaluación es una técnica para medir el rendimiento del personal, principalmente una organización evalúa como es el desempeño humano de la misma, puesto que son las personas que dan vida a la organización y esto conlleva a que garantice un clima laboral de respeto y confianza entre las personas.

**La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio:** El 100% de las micro y pequeñas empresas, si contribuye con el mejoramiento del negocio, (Tabla 3). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, manifiesta que la gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio pues así incrementa su competitividad tanto como la satisfacción del cliente y sus trabajadores, por lo que representa la permanencia en el mercado para así tener una adecuada mejora continua para llegar al éxito empresarial.

**La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas:** El 100% de las micro y pequeñas empresas, ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas, (Tabla 3). Estos resultados coinciden en su totalidad con los resultados encontrados por Beteta (2015) quien nos manifiesta que el 100% la gestión de calidad si ayuda alcanzar sus objetivos y metas trazadas. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, manifiesta que para llegar a todos los objetivos y metas se requiere de una

participación activa de todos los componentes de la empresa, puesto que es muy importante que desde la alta jerarquía hacia el menor participe y se trabaje en equipo para llegar a lo requerido como conseguir que los clientes confíen en ti como empresa.

**Término atención al cliente:** El 100% de las micro y pequeñas empresas conoce el término atención al cliente, (Tabla 3). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, manifiesta que la atención al cliente es un servicio que se presta, pues se contribuye a que el cliente se sienta bien consigo mismo y crear buenas relaciones con él, se encontrará satisfecho el cliente si el servicio que recibe tiene calidad y si puede ser considerado por el como el mejor.

**Gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes:** El 100% de las micro y pequeñas empresas, brinda la gestión de calidad en el servicio a sus clientes. (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Torres (2017) quien manifiesta que el 50% brinda la gestión de calidad en el servicio a sus clientes. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, en la cual manifiestan que el valor del servicio como tal se verá incrementado si el personal de la empresa que lo provea utiliza en sus actividades las herramientas adecuadas para la satisfacción del cliente, puesto que si el cliente se encuentra realmente satisfecho con las oportunidades o servicios que se le ofrece una organización por supuesto que estos volverán a buscarlos para el éxito de la empresa.

**La atención al cliente es fundamental:** El 100% de las micro y pequeñas empresas, manifiestan que es fundamental la atención al cliente para que este regrese al establecimiento. (Tabla 3). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, aclaran que un cliente satisfecho además de serle fiel a una organización impulsa las utilidades de esta y atrae a sus clientes. Solo hay una forma de satisfacer a los clientes darle más de lo que espera, ofreciéndoles un buen servicio de calidad, procurando que el servicio cuente con las características nombradas en la publicidad y a la vez brindándole una rápida atención.

**La atención que brinda a los clientes:** El 67% de las micro y pequeñas empresas, la atención que se les brinda a sus clientes es buena. (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Hernández (2015) que manifiesta que el 72% de las micro y pequeñas empresas brindan una buena atención a los clientes, así mismo coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2015) que manifiesta que el 50% brinda una buena atención al cliente. Esto demuestra que las micro

y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, en la cual se manifiesta que todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en la satisfacción y lealtad del cliente, la satisfacción es uno de los pilares de la lealtad del cliente, tenemos que tener en cuenta sus necesidades, sus gustos, sus preferencias pues el futuro de la relación con un cliente depende de la impresión que este obtiene en cualquier situación en la que se pone en contacto con algún miembro de la empresa.

**Se da una mala atención al cliente:** El 66,7% de las micro y pequeñas empresas, brinda una buena atención al cliente y así mismo el 33,3% por una mala organización de los trabajadores. (Tabla 3). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, considera que se debe brindar una buena atención al cliente, puesto que la organización conoce las exigencias y expectativas de los clientes. La satisfacción al cliente es llegar a complacerlo dándole una buena atención así estimula la lealtad de ellos.

**Técnicas modernas de atención al cliente aplica:** El 50% de las micro y pequeñas empresas, tiene horarios de atención que se adaptan fácilmente al cliente. (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Torres (2017) quien manifiesta que el 60% ha diseñado y sigue técnicas de atención al cliente. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, el cliente se adapta a los diferentes horarios que ofrece, ya que la atención de estas empresas son las 24 horas. Los clientes quieren disfrutar, sentirse cómodos de cada transacción dentro del poco tiempo libre que disponen y a cualquier hora.

**Eficiente cuando atiende y dan soluciones y a los reclamos de los clientes:** El 100% de las micro y pequeñas empresas, siempre dan soluciones a los reclamos de los clientes. (Tabla 3). Esto demuestra que en su totalidad las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales, ciudad de Santa 2016, atienden y dan soluciones a los reclamos de los clientes y que sepan resolver a tiempo, puesto a que el cliente está antes de todo ya que el cliente sabe que tiene la posibilidad de exigir y por tal motivo se debe estar preparado para dar las respuestas en forma clara y con respeto. Al solucionar algún reclamo el cliente se sentirá satisfecho y hablará bien del negocio.

**Posicionamiento de la empresa:** El 50% de las micro y pequeñas empresas, casi siempre la atención del cliente permite el posicionamiento de la empresa en el mercado, así mismo el 33,3% a veces permite el posicionamiento de la empresa y el 16,7% siempre. (Tabla 3). Esto demuestra que en su mayoría las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hostales,

ciudad de Santa 2016, casi siempre permite el posicionamiento en el mercado, puesto que cada organización desea estar en el mercado a largo plazo y lo que se debe hacer para mantenernos, es darle al cliente un trato único que le brinde los servicios que necesite y en las condiciones más adecuadas para él y por qué no? que se le ofrezca algo adicional que necesite, esto es, que supere sus expectativas del cliente.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1. Conclusiones**

#### **Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.**

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, tienen de 30 a 50 años; la mayoría de los representantes son de género femenino, así mismo la mayoría de los representantes poseen un grado de instrucción superior no universitario, la totalidad de los representantes son dueños del negocio, la mayoría de los representantes vienen desempeñando el cargo de 4 a 6 años.

#### **Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.**

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, tienen una permanencia de 4 a 6 años en el rubro, la totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, así mismo la mayoría de las micro y pequeñas empresas, tienen trabajando a personas no familiares, la totalidad de las micro y pequeñas empresas, se creó para generar rentabilidad.

#### **Referente a la gestión de calidad con el uso en la atención al cliente.**

La totalidad de las empresas si conoce el término de gestión de calidad, la mayoría de las micro y pequeñas empresas conoce la técnica de Empowerment, la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un aprendizaje lento, la mayoría de las micro y pequeñas empresas mide el rendimiento del personal a través de la evaluación, la totalidad de las micro y pequeñas empresas, si contribuye con el mejoramiento del negocio, igualmente la totalidad micro y pequeñas empresas ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas, así mismo la totalidad de las micro y pequeñas empresas conoce el término atención al cliente, la totalidad de las micro y pequeñas empresas, brinda la gestión de calidad en el servicio a sus cliente, la totalidad de las micro y pequeñas empresas, manifiestan que es fundamental la atención al cliente para que este regrese al establecimiento, la mayoría de las micro y pequeñas empresas, la atención que se les brinda a sus clientes es buena, la mayoría de las micro y pequeñas empresas, brinda una buena atención al cliente, la mayoría de las micro y pequeñas empresas, tienen horarios de atención que se adaptan fácilmente al cliente, la totalidad de las micro y pequeñas empresas, siempre dan soluciones a los reclamos de los clientes, la mayoría de las micro y pequeñas empresas, casi siempre la atención del cliente permite el posicionamiento de la empresa en el mercado.

## **6.2. Recomendaciones**

El sector hotelero es un sector que genera unos ingresos importantes.

- Efectuar continuamente un análisis situacional permitiéndoles conocer las causas que se presentan en su entorno, para que tomen medidas preventivas y correctas. Al desempeñar sus funciones los dueños o administradores que tiene a su cargo el negocio, lograrán los objetivos trazados con eficiencia, teniendo una buena planificación e dirección se tendrán metas y propósitos que van de la mano con los objetivos.
  
- Establecer técnicas del servicio al cliente, por medio de talleres y capacitaciones a los colaboradores para mejorar el servicio en las empresas de hostales de la ciudad de Santa, seguir mejorando generará beneficios y dividendos para el desarrollo del negocio.
  
- Implementar un plan de acción para mejorar la satisfacción del cliente, ya que es un factor primordial en las empresas hoteleras para desarrollar su imagen y prestigio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arbulú, J. (2007). *Características e Importancia de la Pyme en nuestra economía*. Recuperado de: <http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-journals/PAD/7/arbulú.pdf>
- Beteta, J. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad en las Mypes del sector servicio – rubro hotelero en la urbanización el Pacífico, Nvo Chimbote, 2013*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Esquivel, S. (2015). *Caracterización de la clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Falconier, L. (2011). *Características de la micros y pequeñas empresas*. Recuperado de <https://sites.google.com/site/8150microempresa/clasificacion>
- Grimaldo, I. (2015). *Una de los cuatros medianas empresas registran caída de 50% en ventas por su mala gestión*. Gestión. Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/cada-medianas-empresa-registran-caídas-50-ventas-su-mala-gestión-2157057>
- Hernández, C. (2015). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de La Esperanza, año 2014*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Huallpahuaque, G. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz, 2014*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Ley 28015, (2013). *Ley de la promoción y formalización de la micro y pequeñas empresas*. [PDF]. Recuperado de: [http://www.Mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislación/LEY\\_28015.pdf](http://www.Mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislación/LEY_28015.pdf)
- Ley N° 30056, (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. [PDF]. Título II, Pág. 498465 – 498471 Recuperado de: <http://búsqueda.elperuano.con.pe/nornaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- Martínez, C. (2013). *Como mejorar la gestión de la atención al cliente*. Recuperado de: <http://celestinomartinez.com/2013/01/08/como-mejorar-la-gestion-de-la-atencion-al-cliente/>



- Mateos, M. (2012). *Atención básica al cliente*. Antequera, España. IC Editorial
- Pacheco, J. (2017). *Entienda lo que es la calidad total y como se relaciona con la gestión de la mejora continua*. Recuperado de: <https://www.heflo.com/es/blog/calidad/control-total-calidad/>
- Pérez, M. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y confiabilidad de las Mypes sector turismo rubro hoteles del distrito de Zorritos – Tumbes, año 2017*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Pineda, S. (2014). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro transporte turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de calidad de servicio*. Recuperado el 29 de agosto del 2013, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-de-servicio>
- Prudencio, A. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de calzados, Huaraz, 2014*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Rodríguez, A. (2013). *Gestión, tipos, gestión investigativa, enfoque*. Recuperado de: <http://doctxs6.blogspot.pe/2013/01/gestion-tipos-gstion-investigativa-27.html>
- Ríos, M. (2015). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes, del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huanchaco, 2014*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Torres, G. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017*. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Vásquez, J. (2013). *Importancia de las mypes en el Perú*. Obtenido de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Cronograma de actividades

Actividades Programadas	Sesiones														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Título de investigación															
Hoja de firma del jurado															
Hoja de agradecimiento															
Hoja de dedicatoria															
Resumen	X	X	X	X											
Abstract															
Contenido															
Introducción															
Revisión de la Literatura					X	X									
Metodología de Investigación							X	X							
Resultado de Investigación									X	X					
Análisis de Resultados											X	X			
Conclusiones y Recomendaciones													X		
Referencia Bibliográficas													X		
Anexos													X		
Presentación del informe Final														X	X

## Anexo 2

### Presupuesto

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
USB	01	18.00	18.00
Folder	02	0.70	1.40
Pasajes			50.00
Lapiceros	01	0.50	0.50
Hojas A4	150		12.00
Copias	20	0.10	2.00
Impresión	127	0.30	38.10
Empastado	01	24.00	24.00
Curso Taller de Titulación	01	2,100.00	2,100.00
<b>TOTAL</b>			<b>2,246.00</b>
<b>Financiamiento: Autofinanciado</b>			
<b>Elaborado por: Cabanillas Ramos Angélica María</b>			

### Anexo 3

#### Cuadro de Sondeo

<b>Nº</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Representante</b>	<b>Cargo</b>	<b>Dirección</b>
<b>1</b>	Hostal D´Alessandro	Karen Aguilar Medina	Dueño	Av. Amargura Mz O Lte 22 Santa
<b>2</b>	Hostal Los Delfines	Avalos de López Esperanza Caridad	Dueño	Jr. Yavarí 511 Mz B Lte. 14 Santa
<b>3</b>	Hostal Paraíso	David Pumayalla López	Dueño	Jr. Huallaga Mz G Lte. 23 – A Santa
<b>4</b>	Hostal Luna Azul	María Manuela Rodríguez Espinoza	Dueño	Jr. Huallaga 391 Santa
<b>5</b>	Hostal El Golf	Eduardo Marín Araujo	Dueño	Jr. Huallaga Santa Mz G Lte. 27
<b>6</b>	Hostal Diego´s	Elsa Aniceto Salinas	Dueño	Jr. Río Santa 462 Santa

## Anexo 4

### Cuadro muestral

<b>Nº</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Representante</b>	<b>Cargo</b>	<b>Dirección</b>
<b>1</b>	Hostal D´Alessandro	Karen Aguilar Medina	Dueño	Av. Amargura Mz O Lte 22 Santa
<b>2</b>	Hostal Los Delfines	Avalos de López Esperanza Caridad	Dueño	Jr. Yavarí 511 Mz B Lte. 14 Santa
<b>3</b>	Hostal Paraíso	David Pumayalla López	Dueño	Jr. Huallaga Mz G Lte. 23 – A Santa
<b>4</b>	Hostal Luna Azul	María Manuela Rodríguez Espinoza	Dueño	Jr. Huallaga 391 Santa
<b>5</b>	Hostal El Golf	Eduardo Marín Araujo	Dueño	Jr. Huallaga Santa Mz G Lte. 27
<b>6</b>	Hostal Diego´s	Elsa Aniceto Salinas	Dueño	Jr. Río Santa 462 Santa

## Anexo 5

### Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

#### CUESTIONARIO

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las Micro Y Pequeñas Empresas, del Sector Servicio, Rubro Hostales, ciudad de Santa 2016”. Tesis que servirá para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

La información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### I. GENERALIDADES:

##### 1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

###### 1. Edad:

- a) 18 a 30 años
- b) 31 a 50 años
- c) 51 a más años

###### 2. Genero:

- a) Masculino
- b) Femenino

###### 3. Grado de instrucción:

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

###### 4. Cargo que desempeña:

- a) Dueño
- b) Administrador

###### 5. Tiempo que desempeña el cargo.

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

##### 1.2. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

###### 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro:

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

**7. Número de trabajadores:**

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

**9. Objetivo de creación:**

- a) Generar rentabilidad
- b) Subsistencia

**II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

**2.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?**

- a) Si
- b) No

**11. ¿Qué técnicas modernas de Gestión de Calidad conoce?**

- a) Benchmarking
- b) Red-corporativas
- c) Empowerment
- d) Las 5 S
- e) Otros

**12. ¿Qué dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad?**

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

**13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?**

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

**14. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**

- a) Si
- b) No

**15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización?**

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca

e) Nunca

## **2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE**

### **16. ¿Conoce el termino atención al cliente?**

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

### **17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?**

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

### **18. ¿Creé que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?**

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

### **19. La atención que brinda a los clientes es:**

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala

### **20. ¿Por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente?**

- a) No tiene suficiente personal
- b) Por una mala organización de los trabajadores
- c) Falta de capacitación al personal

### **21. ¿Qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su microempresa?**

- a) Buena calidad de producto o servicio
- b) Precio justo y razonable
- c) Amplia variedad de formas de pago
- d) Horarios de atención se adaptan fácilmente al cliente

### **22. ¿Creé Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?**

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

### **23. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?**

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca



## Anexo 6

### Hoja de Tabulaciones

PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1. Edad	a) 18 a 30 años	-	0	0,0
	b) 31 a 50 años	III	3	50,0
	c) 51 a más años	III	3	50,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
2. Género	a) Masculino	II	2	33,0
	b) Femenino	III	4	67,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
3. Grado de Instrucción	a) Sin instrucción	-	0	0,0
	b) Primaria	-	0	0,0
	c) Secundaria	II	2	33,3
	d) Superior no universitaria	III	3	50,0
	e) Superior universitaria	I	1	16,7
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
4. Cargo que desempeña	a) Dueño	III I	6	100,0
	b) Administrador	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
5. Tiempo que desempeña el cargo.	a) 0 a 3 años	I	1	16,7
	b) 4 a 6 años	III	3	50,0
	c) 7 a más años	II	2	33,3
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años	I	1	16,7
	b) 4 a 6 años	III	3	50,0
	c) 7 a más años	II	2	33,3
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
7. Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	III I	6	100,0
	b) 6 a 10 trabajadores			
	c) 11 a más trabajadores			
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
8. Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares	II	2	33,3
	b) Personas no familiares	III	4	66,7
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
9. Objetivo de creación	a) Generar rentabilidad	III I	6	100,0
	b) Subsistencia	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
10. Conoce el término Gestión de Calidad	a) Si	III I	6	100,0
	b) No	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
11. Técnicas modernas de Gestión de Calidad conoce	a) Benchmarking	II	2	33,3
	b) Red-corporativas	-	0	0,0
	c) Empowerment	III	4	66,7
	d) Las 5 S	-	0	0,0
	e) Otros	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
12. Dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad	a) Poca iniciativa	II	2	33,3
	b) Aprendizaje lento	III	3	50,0
	c) No se adapta a los cambios	I	1	16,7
	d) Desconocimiento del puesto	-	0	0,0
	e) Otros	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
13. Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	a) La observación	III	3	50,0
	b) La evaluación	III	3	50,0
	c) Escala de puntuaciones	-	0	0,0
		-		

	d) Evaluación de 360°	-	0	
	e) Otros		0	
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</b>	a) Si	III I	6	100,0
	b) No	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización</b>	a) Siempre	III I	6	100,0
	b) Casi Siempre		0	0,0
	c) A veces		0	0,0
	d) Casi nunca		0	0,0
	e) Nunca		0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>16. Conoce el termino atención al cliente</b>	a) Siempre	III I	6	100,0
	b) Casi Siempre	-	0	0,0
	c) A veces	-	0	0,0
	d) Casi nunca	-	0	0,0
	e) Nunca	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</b>	a) Siempre	III I	6	100,0
	b) Casi Siempre	-	0	0,0
	c) A veces	-	0	0,0
	d) Casi nunca	-	0	0,0
	e) Nunca	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>18. Creé que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento</b>	a) Siempre	III I	6	100,0
	b) Casi Siempre	-	0	0,0
	c) A veces	-	0	0,0
	d) Casi nunca	-	0	0,0
	e) Nunca	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>19. La atención que brinda a los clientes es</b>	a) Buena	III	4	66,7
	b) Regular	II	2	33,3
	c) Mala	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>20. Considera usted que se está dando una mala atención al cliente</b>	a) No tiene suficiente personal	-	0	0,0
	b) Por una mala organización de los trabajadores	II	2	33,3
	c) Falta de capacitación al personal	III	4	66,7
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>21. Técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su microempresa</b>	a) Buena calidad de producto o servicio	II	2	33,3
	b) Precio justo y razonable	I	1	16,7
	c) Amplia variedad de formas de pago	-	0	0,0
	d) Horarios de atención se adaptan fácilmente al cliente	III	3	50,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>22. Creé Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes</b>	a) Siempre	III I	6	100,0
	b) Casi Siempre	-	0	0,0
	c) A veces	-	0	0,0
	d) Casi nunca	-	0	0,0
	e) Nunca	-	0	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
<b>23. Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado</b>	a) Siempre	I	1.00	16,7
	b) Casi Siempre	III	3.00	50,0
	c) A veces	II	2.00	33,3
	d) Casi nunca	-	0.00	0,0
	e) Nunca	-	0.00	0,0
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6.00</b>	<b>100,0</b>

## Anexo 7

### Tablas y Figuras

**Tabla 1.** Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016

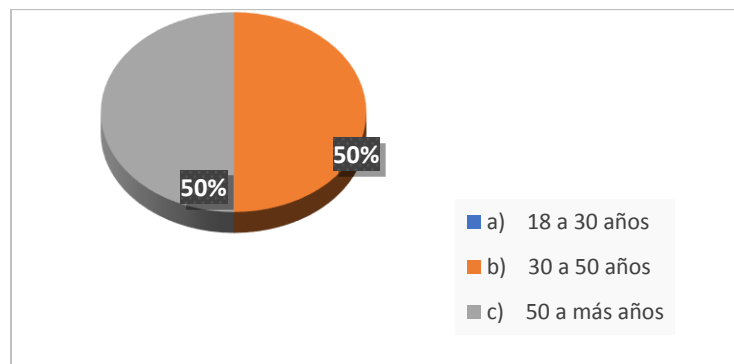


Figura 1: Edad del representante

Fuente: Tabla 1

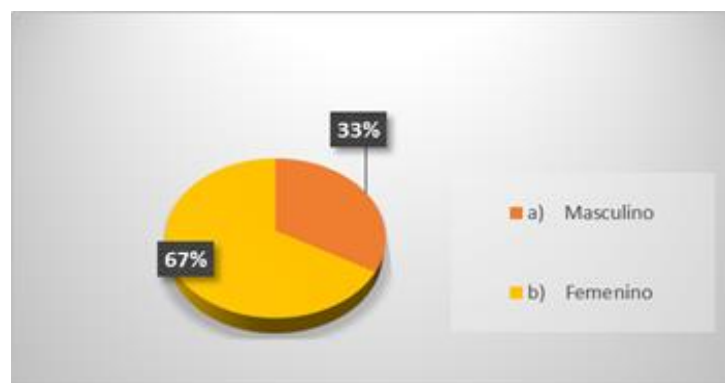


Figura 2: Género del Representante

Fuente: Tabla 1

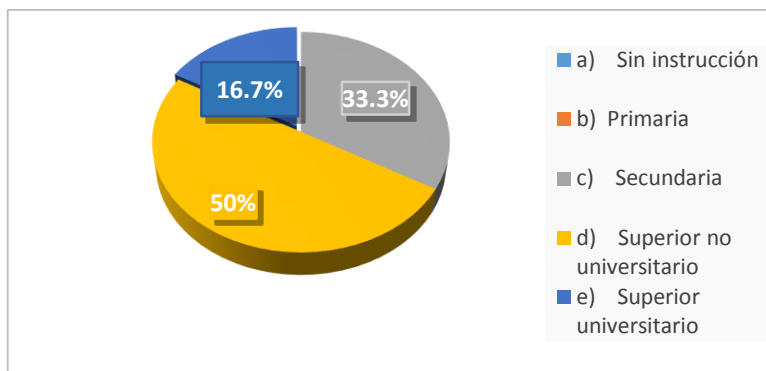


Figura 3: Grado de Instrucción

Fuente: Tabla 1

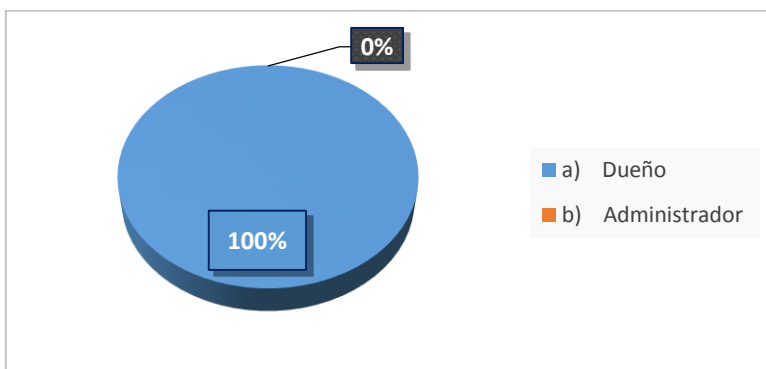


Figura 4: Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

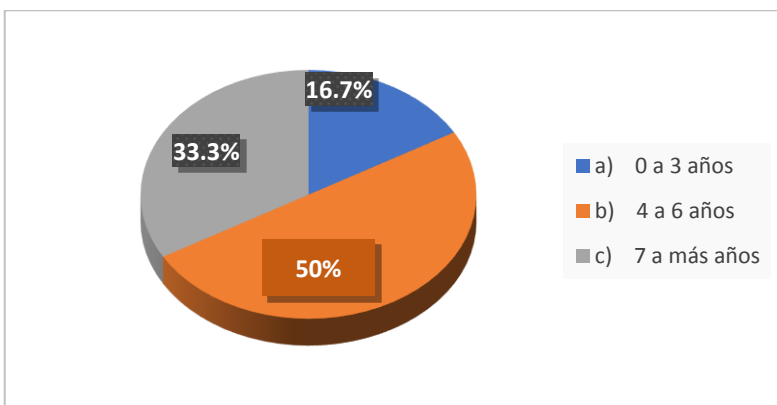


Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo

Fuente: Tabla 1

Tabla 2. Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

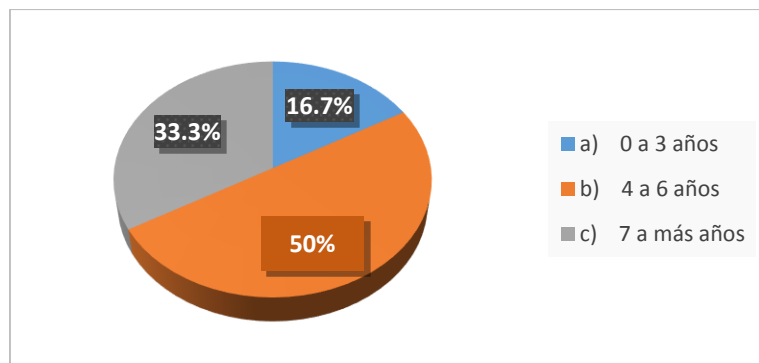


Figura 6: Tiempo de permanencia en el cargo

Fuente: Tabla 2

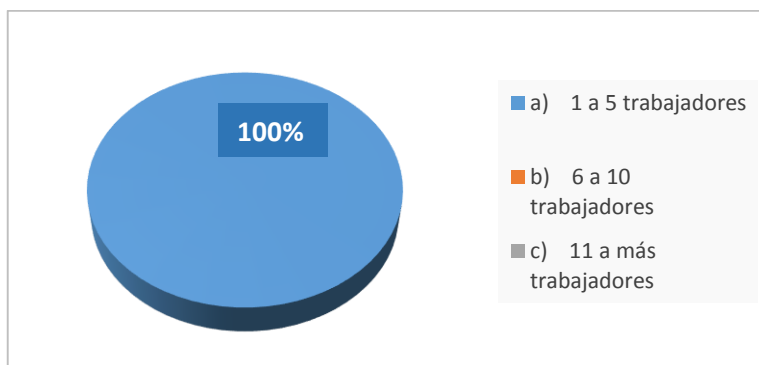


Figura 7: Trabajadores que tiene la empresa

Fuente: Tabla 2

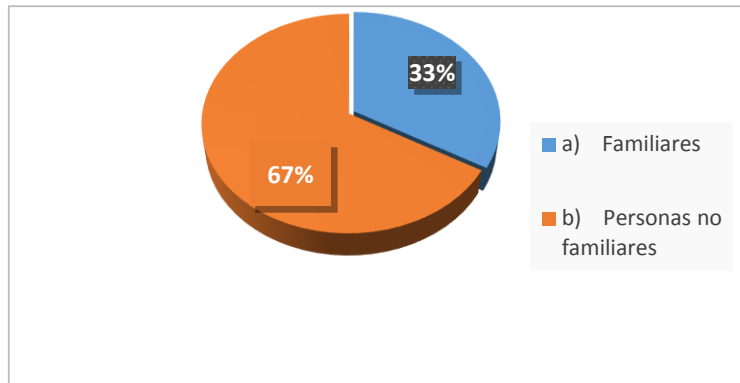


Figura 8: Las personas que trabajan en la empresa son

Fuente: Tabla 2

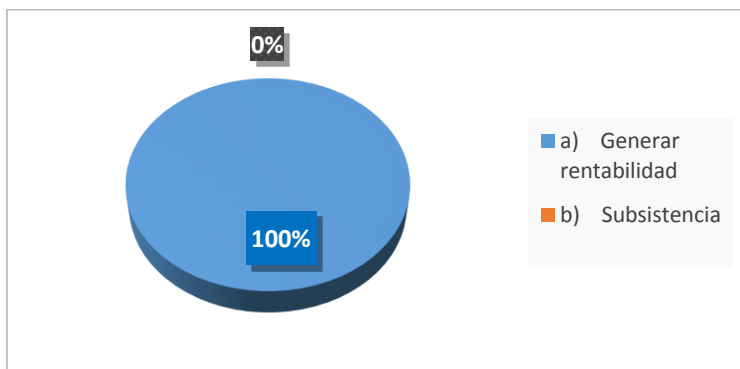


Figura 9: Objetivo de la creación

Fuente: Tabla 2

Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente, en las Micro y Pequeñas empresas del servicio – rubro hostales, ciudad de Santa 2016.

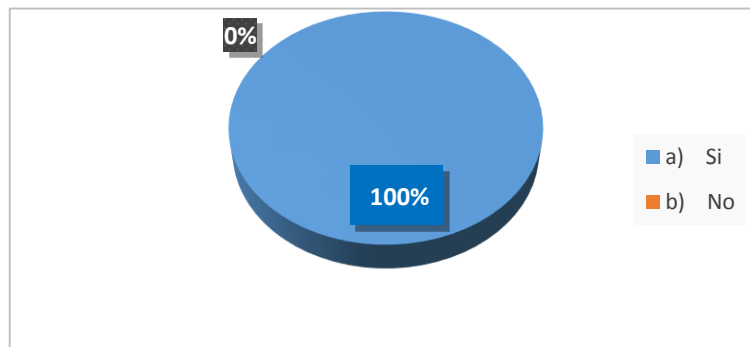


Figura 10: Conoce el término de gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

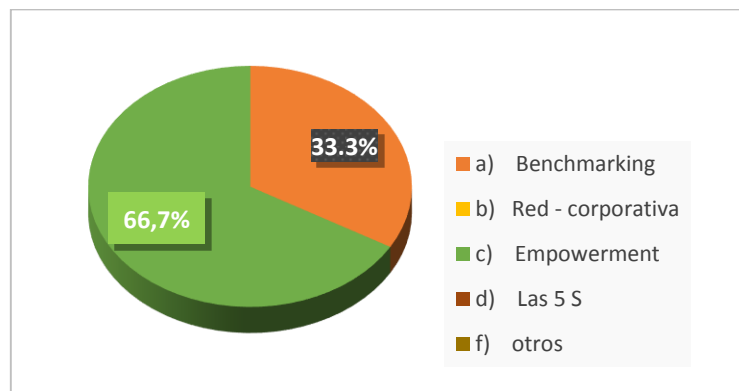


Figura 11: Técnica de gestión de calidad que conoce

Fuente: Tabla 3

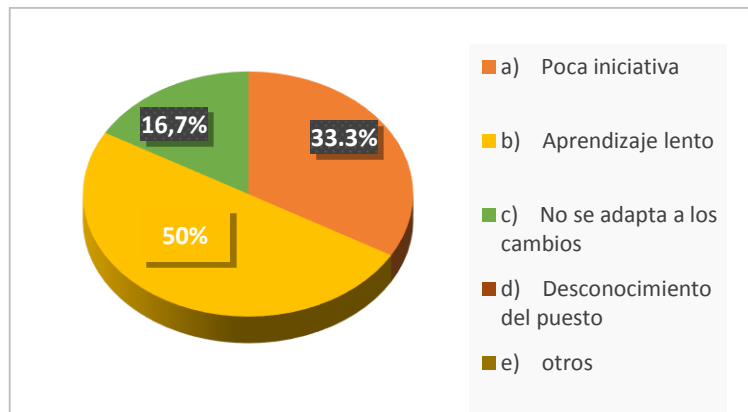


Figura 12: Dificultades para implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

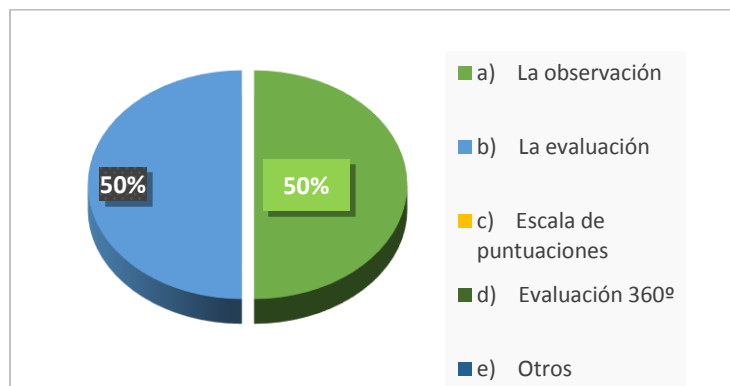


Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento

Fuente: Tabla 3



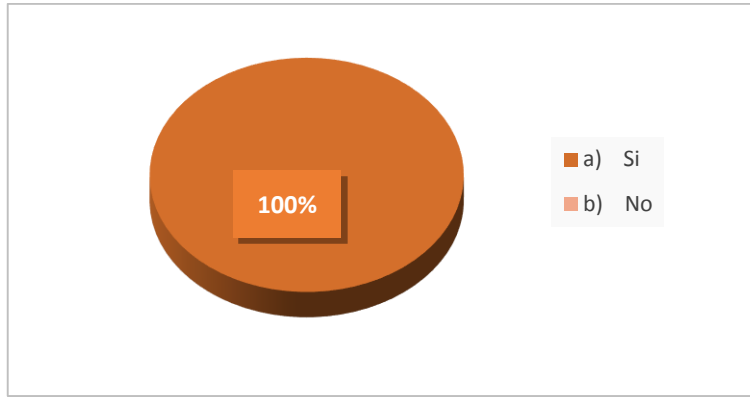


Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3

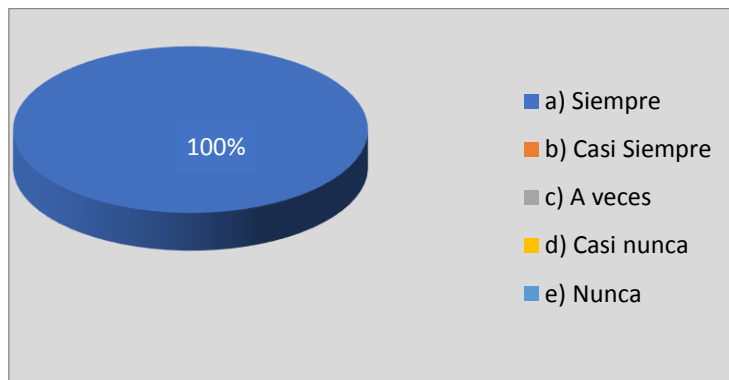


Figura 15: La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas de la organización

Fuente: Tabla 3

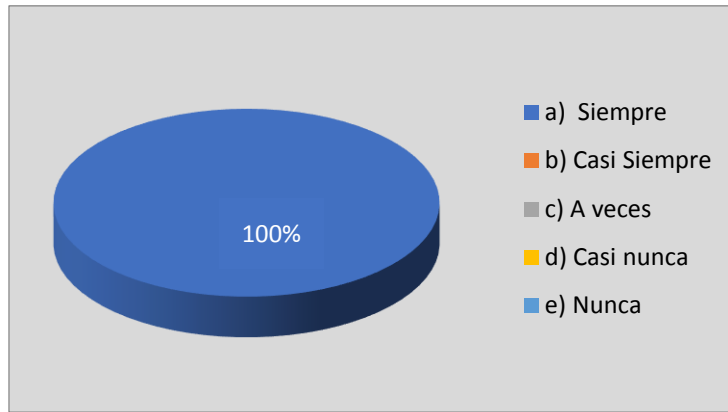


Figura 16: Conoce el término atención al cliente

Fuente: Tabla 3

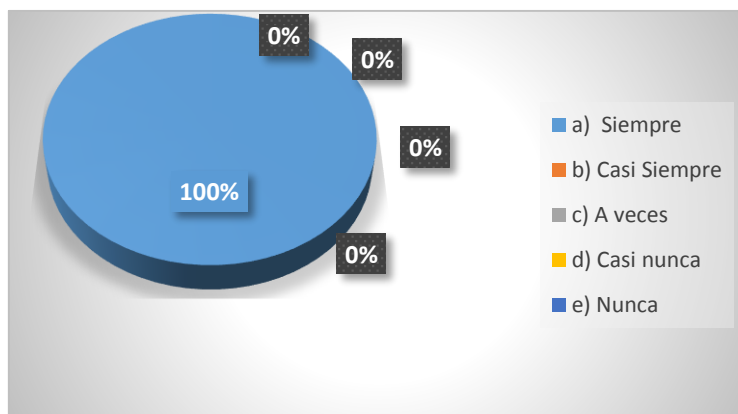


Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

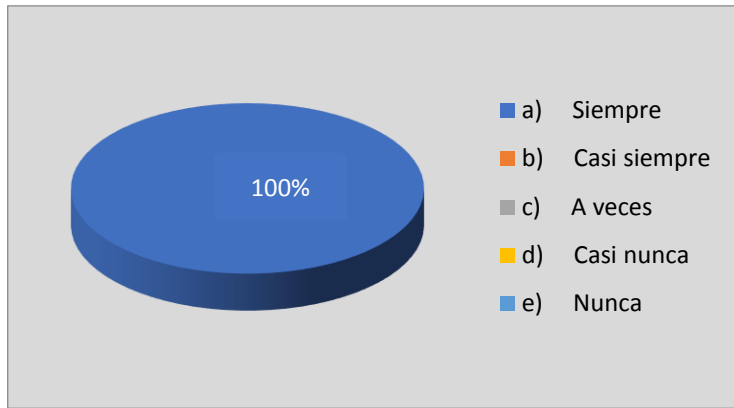


Figura 18: La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento

Fuente: Tabla 3

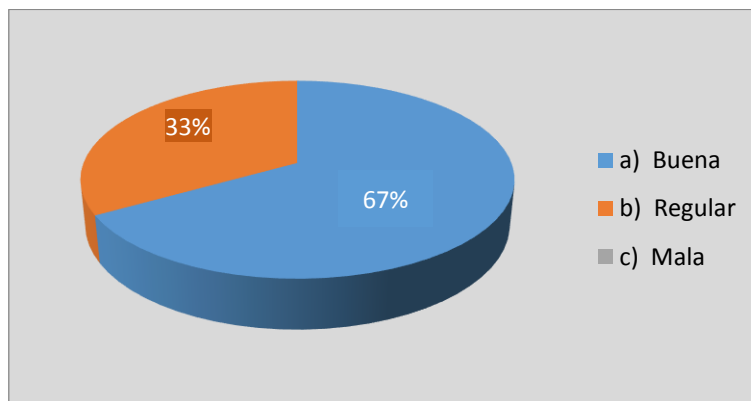


Figura 19: La atención que brinda a los clientes es

Fuente: Tabla 3

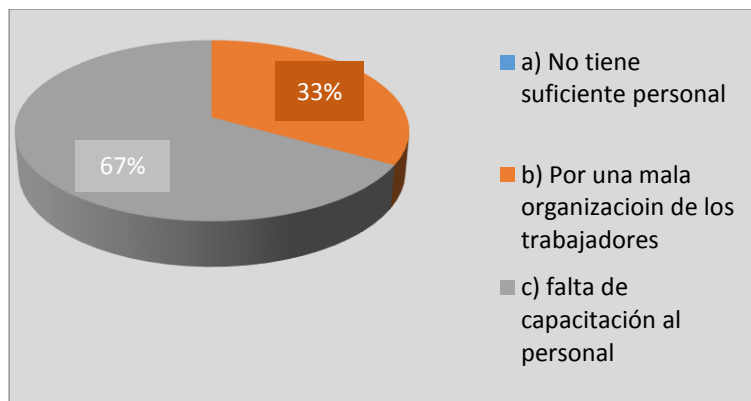


Figura 20: Considera Usted que se está dando una mala atención al cliente

Fuente: Tabla3

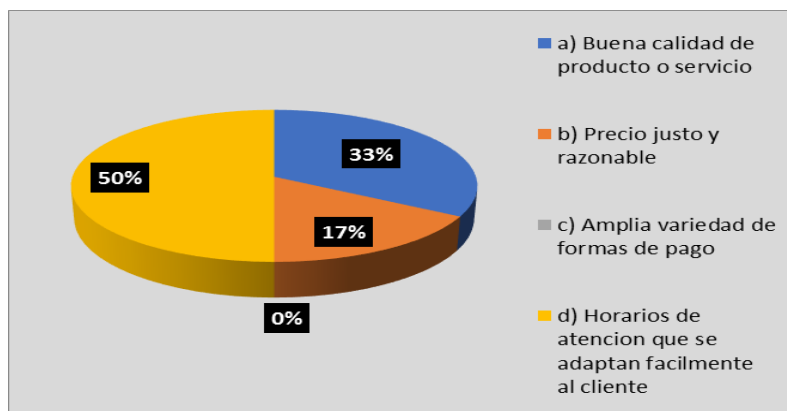


Figura 21: Técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su microempresa

Fuente: Tabla 3

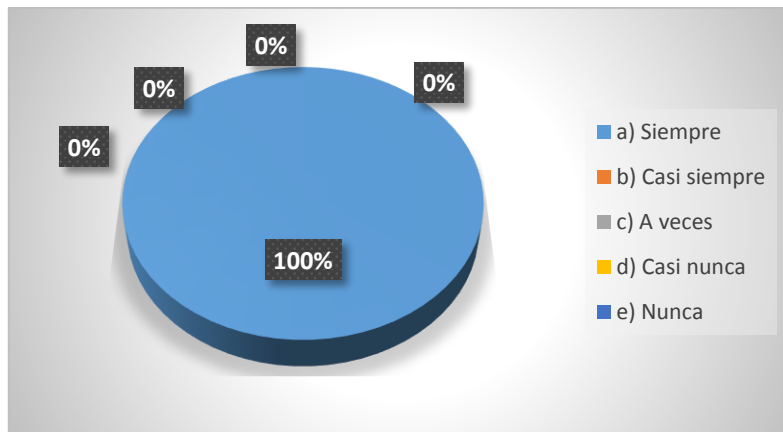


Figura 22: La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes

Fuente: Tabla 3

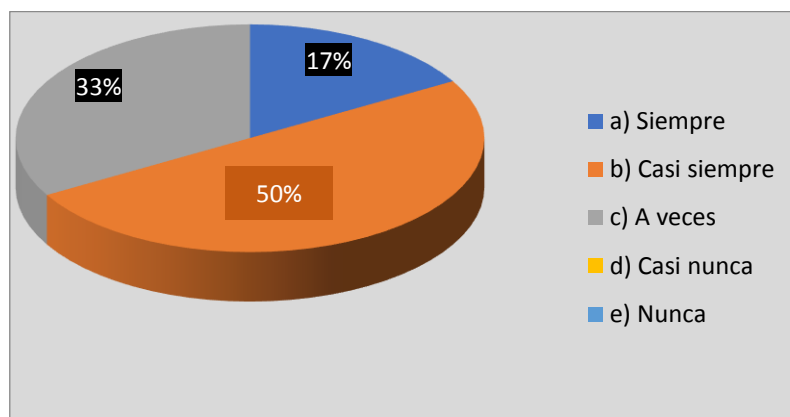


Figura 23: La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado

Fuente: Tabla 3